

**SOFT POWER: LA NOUVELLE PUISSANCE DU XXI<sup>e</sup> SIECLE**

**ET**

**LES ACTEURS DU SOFT POWER DE LA TURQUIE**



**Ayşe Betül NUHOĞLU**

**Octobre, 2016**

**SOFT POWER: LA NOUVELLE PUISSANCE DU XXI<sup>e</sup> SIECLE**

**ET**

**LES ACTEURS DU SOFT POWER DE LA TURQUIE**

**Ayşe Betül NUHOĞLU**

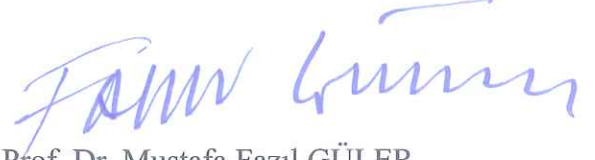
**THESE DE MASTER RECHERCHE**

**Département Francophone des Relations Internationales**

**UNIVERSITE YEDITEPE**

**Octobre, 2016**

Approval of the Institute of Social Sciences



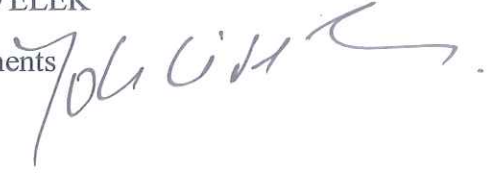
Prof. Dr. Mustafa Fazıl GÜLER

Head of Social Sciences

I certify that this thesis satisfies all the requirements as a thesis for the degree of Master of International Relations (French).

Prof.Dr. Jale CİVELEK

Head of Departments



This is to certify that we have read this thesis and that in our opinion it is fully adequate, in scope and quality, as a thesis for the degree of Master of Social Sciences.

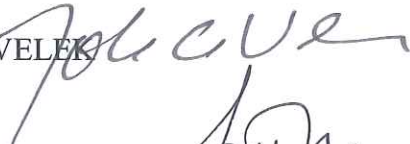
Prof.Dr. Jale CİVELEK

Supervisor



**Examining Committee Members**

Prof.Dr. Jale CİVELEK



Doç.Dr. Ali Faik DEMİR



Yrd.Doç.Dr. Gökçe BAYINDIR GOULARAS



**I hereby declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules and ethical conduct. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all material and results that are not original to this work.**

Ayşe Betül Nuhoglu



## RESUME

Après la Guerre Froide, le changement dans le concept de la puissance et l'apparition d'une nouvelle notion de puissance ; *soft power* ont accentué le facteur humain, la société civile et l'opinion publique.

Cette situation a aussi influencé la manière dont les Etats appliquent leurs politiques. Depuis que le soft power soit apparu dans les relations interétatiques, les Etats développés et en voie de développement, ont donné l'importance à améliorer leur soft power en vue d'obtenir une image et une perception positive dans la société internationale et ils essaient d'établir des zones d'influences au monde entier. Tandis que les Etats sont encore l'acteur primaire dans le système mondial, des organisations internationales et des acteurs non-étatiques possèdent aussi une influence sur le processus de faire de politique et contribuent la politique du soft power.

Par conséquent, après avoir donné des explications relatives à la notion du soft power, dans le cadre cette thèse nous visons à traiter les acteurs étatiques et non-étatiques du soft power de la Turquie face au plan international.

*Mots clés* : soft power, acteurs étatiques, acteurs non-étatiques, Turquie, XXI<sup>e</sup> siècle.

## ÖZET

Soğuk Savaş'ın ardından güç kavramında değişimler yaşanmış ve yeni bir güç kavramı ; soft power, ortaya çıkmıştır. Bu yeni güç kavramı, insani faktörlere, sivil topluma ve kamuoyuna vurgu yapmıştır.

Bu durum aynı zamanda Devletlerin politika belirleme süreçlerini de etkili olmuştur. Soft power kavramının, devletlerarası ilişkilerde ortaya çıkmasının akabinde, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, uluslararası toplumda olumlu bir imaja ve algıya sahip olmak için kendi soft powerlerini geliştirmeye ve buna bağlı olarak etki alanlarını oluşturmaya çalışmaktadırlar. Günümüzde Devletler hala dünya sisteminde birincil aktör olma özelliklerini korusalar bile, uluslararası örgütler ve devlet dışı aktörler de politika belirleme süreçlerinde etkili olmakta ve ülkelerinin soft powerlarına katkıda bulunmaktadır.

Bu tez kapsamında, soft power kavramına ilişkin açıklamaları yaptıktan sonra, uluslararası arenada Türkiye'nin devlet ve devlet dışı soft power aktörlerini ele almayı amaçlamaktayız.

*Anahtar kelimeler* : soft power, devlet aktörleri, devlet-dışı aktörler, Türkiye, XXI. yüzyıl.

## Table des Matières

RESUME .....	i
ÖZET .....	ii
Liste des Tableaux.....	vi
Liste des Figures .....	vii
Liste des Abréviations .....	viii
<b>1. INTRODUCTION .....</b>	<b>1</b>
<b>2. LE CONCEPT DU « SOFT POWER » DANS LES RELATIONS INTERNATIONALES.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. L'apparition et la Généralisation du Terme « Soft Power » .....</b>	<b>7</b>
2.1.1. Le Concept de la Puissance.....	7
2.1.1.1. Les Différentes Définitions de la Puissance .....	7
2.1.1.2. Les Facteurs de la Puissance .....	13
2.1.1.2.1. Le Territoire .....	15
2.1.1.2.2. La Population.....	15
2.1.1.2.3. La Force Militaire.....	16
2.1.1.2.4. L'Economie .....	17
2.1.2. Le Soft Power dans les Relations Internationales.....	18
<b>2.2. Les Instruments du Soft Power Utilisés par des Grandes Puissances Mondiales .....</b>	<b>24</b>
2.2.1. La Culture entant qu'un Instrument du Soft Power .....	28
2.2.1.1. La Langue en tant qu'un Moyen du Soft Power.....	28
2.2.1.1.1. Les Cours de Langues.....	28
2.2.1.1.2. L'Education.....	35
2.2.1.2. La Culture Traditionnelle en tant qu'un Moyen du Soft Power .....	39
2.2.1.3. La Culture Populaire en tant qu'un Moyen du Soft Power .....	41
2.2.2. L'Utilisation du Media Comme un Moyen du Soft Power .....	44

2.2.2.1. Le Rôle des Chaînes de Télévision et de Radio.....	45
2.2.2.2. Le Rôle du Cinéma.....	46
2.2.3. L'Utilisation des Organisations des Grandes Evénements Internationaux Comme Moyens du Soft Power .....	49
2.2.4. Les Institutions Publiques, les Comportements et Attitudes Gouvernementaux en tant que Moyens du Soft Power .....	51
2.2.4.1. Les Institutions Publiques .....	51
2.2.4.2. Les Comportements et les Attitudes Gouvernementaux .....	54
2.2.5. Utilisation des Investissements et des Assistances Extérieures en tant que Soft Power .....	56
2.2.6. L'utilisation de la Science et de la Technologie Comme Moyens du Soft Power .....	61
<b>3. LES ACTEURS DU SOFT POWER DE LA TURQUIE .....</b>	<b>67</b>
<b>3.1. Les Acteurs Etatiques Contribuant aux Soft Power de la Turquie ....</b>	<b>69</b>
3.1.1. Les Acteurs Culturels et Educatifs.....	70
3.1.1.1. L'Institut Yunus Emre (Yunus Emre Enstitüsü) .....	71
3.1.1.2. La Présidence des Turcs de l'Etranger et des Communautés Affiliées(Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları Başkanlığı-YTB).....	73
3.1.1.3. La Radio et la Télévision Turque.....	79
(Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu- TRT).....	79
3.1.2. Les Acteurs Attachés au Cabinet du Premier Ministre .....	82
3.1.2.1. Bureau de la Diplomatie Publique .....	82
(Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü- KDK):.....	82
3.1.2.2. L'Agence Turque pour la Coopération et la Coordination .....	85
(Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı - TİKA) .....	85
<b>3.2. Les Acteurs Non-Etatiques Contribuant au Soft Power de la Turquie</b> .....	<b>88</b>
3.2.1. Les Acteurs Culturels .....	89



3.2.1.1. Les Sériés Televisées.....	89
3.2.1.2. Fondation Pour la Promotion de la Turquie.....	93
(Türk Tanıtma Vakfı - TÛTAV).....	93
3.2.2. Les Acteurs Economiques .....	94
3.2.2.1. L'Association des Hommes des Affaires et des Industriels Turcs.....	95
(Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneđi – TÛSİAD).....	95
3.2.2.2. La Compagnie Aerienne Turque (Türk Hava Yolları – THY).....	97
3.2.2.3. L'Union des Chambres et des Bourses de Turquie .....	99
(Türkiye Odalar ve Borsalar Birliđi - TOBB) .....	99
3.2.3. Les Organisations Non-Gouvernementales dans le Domaine de l'Aide Humanitaire.....	101
3.2.3.1. Le Croissant Rouge Turc ( Türk Kızılayı).....	102
3.2.3.2. Fondation pour des Droits de l'Homme et des libertés et de l'Aide Humanitaire (İnsan Hak ve Hürriyetleri ve İnsani Yardım Vakfı –IHH) .....	104
3.2.3.3. L'Association pour la Recherche et la Sauvetage .....	107
(Arama Kurtarma Derneđi -AKUT).....	107
<b>4. CONCLUSION.....</b>	<b>108</b>
<b>REFERENCES.....</b>	<b>111</b>

## Liste des Tableaux

Tableau 1	Le nombre d'étudiants des centres d'Alliance Française	29
Tableau 2	La distribution régionale des assistances de TİKA	87



## Liste des Figures

Figure 1	Selon les Années le nombre des étudiants inscrits dans ses centres	72
----------	---	----



## Liste des Abréviations

AID : Association Internationale de Développement

AKP : Parti de Justice et du Développement (Adalet ve Kalkınma Partisi)

AKUT: Association pour la Recherche et la Sauvetage (Arama Kurtarma Derneği)

B20: Business 20

BBC: British Broadcasting Corporation

BRIC: Brésil, Russie, Inde, Chine

Caltech : Institut de Technologie de Californie

CCTV : Agence Xinhua et le China Central Télévision

CEI : Communauté des Etats Indépendants

FCO: Foreign and Commonwealth Office

FCTC : Convention Cadre de l'Organisation Mondiale de la Santé pour la Lutte  
Antitabac

G20 : Groupe des vingt

HANBAN : Bureau National pour l'Enseignement du Chinois Langue Etrangère

IDE : Développement Intégré de l'Environnement

IHH : Fondation pour des Droits de l'Homme et des libertés et de l'Aide Humanitaire  
(İnsan Hak ve Hürriyetleri ve İnsani Yardım Vakfı)

ITEC: The Indian Technical and Economic Cooperation

KDK: Bureau de la Diplomatie Publique  
(Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü)

MENESR : Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la  
Recherche

MIT : Institut de Technologie de Massachusetts

NASA : Administration Nationale de l'Aéronautique et de l'Espace

OCDE-BIAC : Comité Consultatif Economique et Industriel de l'Organisation de  
Coopération et de Développement Économiques

OIF : Organisation Internationale de la Francophonie

OMC : Organisation Mondiale du Commerce

ONU : Organisation de Nations Unies

OTAN: Organisation du Traité de l'Atlantique Nord

PIB : Produit Intérieure Brut

PPA : Parité de Pouvoir d'Achat

Rossotrudnichestvo : Agence Fédérale pour la Communauté d'États Indépendants,  
Compatriotes Vivant à l'Etranger et la Coopération Humanitaire Internationale

RPC : République Populaire de Chine

RT: Russia Today

TGV : Train à Grande Vitesse

THY : La Compagnie Aérienne Turque (Türk Hava Yolları)

TİKA : L'Agence Turque pour la Coopération et la Coordination  
(Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı)

TOBB : L'Union des Chambres et des Bourses de Turquie  
(Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği)

TÜSİAD: L'Association des Hommes des Affaires et des Industriels Turcs  
(Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği)

TÜTAV : Fondation Pour la Promotion de la Turquie  
(Türk Tanıtma Vakfı - TÜTAV)

UCLA : Université de Californie à Los Angeles

UE : Union Européen

UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture

URSS : Union des Républiques Socialistes Soviétiques

VOA: Voice of America

YTB : Présidence des Turcs de l'Etranger et des Communautés  
(Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları Başkanlığı)

## 1. INTRODUCTION

Le terme de puissance est exprimé comme une notion primordiale pour des sciences sociales, plus particulièrement pour les relations internationales, la science politique et la sociologie. C'est pourquoi différentes théories de sciences sociales s'intéressent au concept de la puissance. Selon la doctrine réaliste, la nature de l'homme exige qu'il soit le plus puissant de l'univers. Ce qui se trouve reflété d'ailleurs aux relations interétatiques. Et la lutte pour la puissance est considérée comme la notion fondamentale pour des relations interétatiques.

Depuis des siècles plusieurs théoriciens considèrent la population, le territoire, les facteurs militaires et économiques autant que les principales sources de la puissance nationale. Mais aucun théoricien ne mentionne « la puissance d'attraction ». C'est Joseph Nye, le premier auteur l'ayant mentionné en 1990 dans son ouvrage intitulé « *Bound To Lead: The Changing Nature Of American Power* ». L'auteur y fait allusion à une nouvelle notion de puissance, ou un phénomène de XXI<sup>e</sup> siècle, qui est le *soft power*. Après la Guerre Froide, le changement dans le concept de la puissance a accentué le facteur humain, la société civile et l'opinion publique. Cette situation a aussi influencé la manière dont les Etats appliquent leurs politiques.

Le principal objectif de cette thèse est d'expliquer l'utilisation du *soft power* dans le cadre national et international, car le *soft power* est une notion aussi importante que le *hard power* dans le domaine de la politique extérieure des Etats.

Actuellement les Etats développés et en voie de développement, recourent au *soft power* en vue d'obtenir une image et une perception positive dans la société internationale. Après avoir donné des explications relatives à cette notion, nous aborderons les acteurs étatiques et non-étatiques du *soft power* de la Turquie face au plan international.

Aujourd'hui les Etats ne sont plus les seuls acteurs qui agissent sur la scène internationale. L'apparition des organisations internationales et des acteurs non-étatiques (comme organisations non-gouvernementales, les entreprises multinationales, les groupes terroristes etc.) a transformé le milieu international. Alors que les Etats sont encore l'acteur primaire dans le système mondial, les nouveaux possèdent aussi une influence sur le processus de faire de politique. Dans ce cadre, nous allons essayer de répondre à la question suivante : Est-ce que les acteurs non étatiques du soft power ont autant de poids que les acteurs étatiques en vue de l'utilisation du soft power ? Est-ce que les acteurs non étatiques en Turquie sont autant efficaces que les acteurs étatiques?

La plus importante source de soft power est la culture d'un acteur. Si un Etat peut répandre sa culture aux autres publiques, il peut établir son influence dans ce pays en utilisant son soft power. Après Deuxième Guerre Mondiale, les Etats-Unis ont employé leur soft power aux nombreux pays dans les différentes régions. Après avoir se rendu compte des conséquences des politiques du soft power, les autres Etats ont donné l'importance à améliorer leur soft power et essayent d'établir des zones d'influences au monde entier. Avec soft power ils essayent de gagner des alliés volontaires. Dans ce contexte nous allons chercher une réponse pour les questions suivantes : Est-ce que la Turquie est un pays réussi pour posséder des alliés volontaires, ou ses zones d'influence ne sont que limitées sur les ex-territoires de l'Empire ottoman? Cette question implique à répondre à une autre question qui est de savoir si le soft power de la Turquie actuelle est-il effectif au sein encore d'autres régions du monde ?

La dernière question à laquelle nous répondrons est : Est-ce que les acteurs du soft power de la Turquie sont compatibles avec les acteurs du soft power des autres?

A travers notre problématique posée ci-dessus, notre thèse se déroulera dans deux grandes parties. Donc pour répondre à ces questions, nous nous efforcerons

d'abord dans la Première Partie de cette thèse de mettre en lumière les différentes définitions de la puissance en tant qu'un terme clé des relations internationales. Ensuite dans le premier chapitre de cette Première Partie, sera donnée la définition de la puissance, ensuite les facteurs de puissance selon les différents théoriciens dans le domaine de la science politique, des relations internationales et de la sociologie seront expliqués. Le soft power sera traité une fois que nous aurons donné différentes définitions de la puissance.

Dans le deuxième chapitre de cette Première Partie, nous allons mettre en évidence les instruments communs du soft power utilisés par des puissances mondiales en Europe, en Amérique et en Asie. C'est pourquoi ce chapitre couvrira les Etats-Unis, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, le Canada et le Japon ; en ce qui concerne les pays en voie de développement, le groupe de BRIC dont la Chine, le Brésil, l'Inde, la Russie se trouvent choisis. Après avoir expliqué les exemples sur le plan mondial, nous analyserons le cas de la Turquie dans la Deuxième Partie de notre travail.

Tandis que le terme du soft power est apparu et utilisé dans la vie politique turque depuis la dernière décennie, nous pouvons prétendre aussi d'une manière ou d'une autre l'utilisation des politiques du soft power existaient déjà depuis la période de l'Empire ottoman. A partir de la fondation de la République de la Turquie en 1923 jusqu'au début du XXI<sup>e</sup> siècle, la notion du soft power et les efforts concernant la diplomatie publique de la Turquie étaient négligés. Sous la gouvernance du Parti de Justice et du Développement, la politique étrangère de la Turquie s'est intéressée à l'importance de la politique du soft power. Le comportement des hommes politiques, les visites diplomatiques aux pays étrangers, les institutions créées mettent en évidence un accroissement des efforts du gouvernement turc à l'utilisation de son soft power. La



Turquie depuis de l'an 2002 avait adopté énormes mesures pour restructurer la politique extérieure et la politique économique de la Turquie.

L'objectif de la Deuxième Partie est de mettre en évidence les acteurs étatiques et non étatiques de la Turquie à travers son soft power. Dans ce cadre les acteurs étatiques seront analysés dans le premier chapitre. Dans les domaines culturels et éducatifs, différentes institutions contribuant au soft power de la Turquie seront traitées sous la première section de ce chapitre. C'est la raison pour laquelle la deuxième section de ce chapitre se focalisera sur les institutions et sur d'autres acteurs qui fournissent le soft power de la Turquie.

A côté des acteurs étatiques existent des acteurs civils qui contribuent également au soft power d'un Etat. Ces acteurs d'ordre civils parfois peuvent être plus efficaces que les acteurs étatiques et ils peuvent s'introduire aux régions où les Etats ne peuvent pas atteindre.

Dans ce cadre, le deuxième chapitre accentuera les acteurs non étatiques de la Turquie dans le domaine de la culture, de l'économie et de l'aide humanitaire à travers leur contribution à l'image et au soft power de la Turquie.

Dans la Première Partie de notre travail nous examinerons les théories de puissance a-t-on dit. La méthodologie qui est suivie est l'analyse de la littérature existante. Dans la Première Partie existent des explications pluridisciplinaires relatives aux relations internationales, à la science politique et à la sociologie. Nous allons ainsi bénéficier de plusieurs ouvrages et articles de divers théoriciens par exemple Joseph Nye, sera le théoricien le plus important lors du déroulement de notre thèse.

Par ailleurs l'objectif de la Seconde Partie est de démontrer à travers multiples exemples des institutions de la Turquie d'expliquer le soft power de la Turquie dans les domaines culturels, économiques, éducatifs, assistance humanitaire. Donc les ressources

essentielles de cette partie seront les sites d'internet des acteurs et des institutions du soft power, les ouvrages et des articles y relatifs.

Notre hypothèse en partant de toutes ces définitions, théories et des explications relatives à des acteurs du soft power aussi bien que dans les pays développés que moins développés représentent-elles un sens particulier pour la Turquie ? Nous chercherons à expliquer et à démontrer comment et par quels moyens la Turquie essaie de déterminer son soft power et à savoir si la Turquie a pu réaliser une utilisation effective d' son soft power.



## 2. LE CONCEPT DU « SOFT POWER » DANS LES RELATIONS INTERNATIONALES

Dans le domaine des relations internationales, la notion de puissance tient une place fondamentale pour analyser les capacités d'action des États. Depuis des siècles, ce terme garde sa valeur et son poids au sein des théories politiques. Selon les théories des relations internationales, la puissance est considérée comme la force militaire et économique d'un Etat. Mais dûes à des changements politiques, les nouvelles formes de puissance ont été apparues sur le plan universel et dans la société internationale. Nous nous efforcerons dans la Première Partie de cette thèse de mettre en évidence la définition de la puissance en tant qu'un terme clé des relations internationales.

D'abord dans le premier chapitre, sera donné la définition de la puissance, ensuite les facteurs de puissance selon les différents théoriciens dans le domaine de la science politiques, des relations internationales et de la sociologie seront expliqués. Après avoir déterminé différentes définitions de puissance, apparition du nouveaux types de puissance, ou alors un phénomène de XXI<sup>e</sup> siècle, le *soft power*, qui a été mentionné dans les travaux de Joseph Nye en 1990 sera accentué.

Dans le deuxième chapitre, sera analysée l'utilisation du soft power par des grandes puissances mondiales. Ce chapitre se focalise sur les instruments communs du soft power pratiqués par des puissances mondiales en Europe, en Amérique et en Asie. C'est pour cette raison que dans cette Première Partie il est nécessaire d'expliquer d'abord la conceptualisation du soft power qui est un instrument interdisciplinaire. Ensuite l'utilisation des instruments du soft power par des grandes puissances à travers de différents exemples qui sont cités sera traitée.

## **2.1. L'apparition et la Généralisation du Terme « Soft Power »**

Pour bien comprendre le concept du « soft power », d'abord il est nécessaire d'étudier le concept de puissance. La puissance représente l'une des termes clés pour analyser les relations internationales. C'est pourquoi, dans le premier chapitre de cette Première Partie, nous voulons prendre en main différentes définitions de la puissance, d'une approche du point de vue de multiple branches des sciences sociales -plus particulièrement dans celle des relations internationales, de la science politique et de la sociologie- et aussi selon l'approche de différents théoriciens. Par la suite, sera expliqué le concept de soft power apparu après la période de la Guerre Froide et qui est aussi devenu un concept important dans les relations internationales.

Dans le deuxième chapitre de cette partie l'usage de *soft power* dans la pratique de différents Etats que nous sélectionnerons sera analysé. Car nous pensons que le soft power qui est un instrument souvent adopté par les acteurs de la politique internationale ; son emploi peut être desservi dans les différentes phases de la vie politique internationale.

### **2.1.1. Le Concept de la Puissance**

Nous venons de mentionner que le soft power est apparu dans le domaine des relations internationales en 1990 avec la définition de Joseph Nye. Mais jusqu'à lors, le concept de puissance occupait une place fondamentale au cœur des relations internationales sans que le terme du soft power soit prononcé.

#### ***2.1.1.1. Les Différentes Définitions de la Puissance***

Selon une définition la plus répandue, le terme puissance est considéré comme un moyen contraignant l'Etat à faire ou à renoncer à un acte (Ari, 2008). Dans la politique internationale, la possession de la puissance, c'est d'avoir la capacité d'influencer les autres pour qu'ils ne se comportent pas contrairement à la volonté de

l'Etat (Wilson, 2008). Différents théoriciens ont essayé de donner différentes définitions de la puissance.

Premièrement les réalistes ont accordé l'importance à ce terme et ils ont établi leurs théories autour de ce terme. Les réalistes traditionnels, par exemple Morgenthau, ont défini la puissance plus formellement et ils l'expriment comme des éléments physiques que les Etats possèdent (Demir et Varlık, 2013). Selon la théorie réaliste, la puissance constitue le facteur déterminant du milieu international, ayant à la fois une structure chaotique et anarchique. Pour les réalistes, la base des relations internationales est la lutte pour la puissance entre les nations qui cherchent à maximiser leurs intérêts (Yılmaz, 2010).

Thucydide, un historien grec, dans son œuvre, « Histoire de la Guerre du Péloponnèse » considère la volonté de puissance comme le facteur structurant des relations entre les pays. A son avis, les Etats sont perçus en fonction de la puissance et des rapports de force entre eux. Il a précisé que la puissance est la capacité respective des cités grecques ayant la suprématie afin de dominer le monde Egéen. Il a utilisé ce concept pour définir les capacités et la volonté des Etats à dominer les autres pour assurer l'optimisation de leur intérêt (Akçadağ, 2014).

Thomas Hobbes (cité dans Ari, 2008), le fondateur de la philosophie politique moderne, a montré la puissance comme la source du droit. Hobbes écrit que : « je place au premier rang, à titre de penchant universel de tout le genre humain, un désir inquiet d'acquérir puissance après puissance, désir qui ne cesse seulement qu'à la mort. » Dans l'état de nature, même les hommes modérés cherchent les moyens en vue d'augmenter leur puissance afin de requérir la sécurité ou ils se voient des difficultés d'entrer dans le cycle de l'accumulation de la puissance pour se protéger de ce qui cherche (Weber,

2003). C'est-à-dire même les hommes modérés essayent d'augmenter leur capacité pour protéger leur sécurité ou bien pour protéger ce qu'ils possèdent.

Selon Machiavel, la puissance est l'élément essentiel pour pouvoir gouverner le pays et assurer sa sécurité. Dans son livre « le Prince », Machiavel a souligné l'importance de la puissance militaire pour les princes d'Italie (Machiavelli, 2010).

Hans Morgenthau, le fondateur de la théorie réaliste, utilise souvent le terme puissance dans ses analyses. Dans son ouvrage *Politics Among Nations* Morgenthau (1970) a précisé la politique comme une lutte de puissance, mais il n'a pas pu donner une définition précise pour ce terme (Ari, 2008). Selon Morgenthau, la puissance est toujours le but primaire de la politique même si le dernier but est différent (Kocaoğlu, 1993). Dans sa définition classique, la puissance était caractérisée par la capacité d'un acteur à pouvoir imposer sa volonté aux autres ou à modifier leur volonté en fonction de ses propres intérêts (Boniface, 2011).

Raymond Aron (cité dans Malis, 1995), sociologue, politologue et philosophe français de XX<sup>e</sup> siècle, a défini la puissance par des expressions suivantes:

« Au sens le plus général, la puissance est la capacité de faire, produire ou détruire; un explosif a une puissance mesurable et de même, une marée, le vent, un tremblement de terre. La puissance d'une personne ou d'une collectivité n'est pas mesurable rigoureusement en raison même de la diversité des buts qu'elle s'assigne, et des moyens qu'elle emploie. Le fait que les hommes appliquent leur puissance essentiellement à leurs semblables donne au concept, en politique sa signification authentique. La puissance d'un individu est la capacité de faire, mais, avant tout, celle d'influer sur la conduite ou les sentiments des autres individus. J'appelle puissance sur la scène internationale la capacité d'une unité politique d'imposer sa volonté aux autres unités. En bref,

la puissance politique n'est pas un absolu mais une relation humaine » (Malis, 1995).

Serge Sur (2006) a défini la puissance comme une capacité qui est envisagée par de différents types de capacité tels que la capacité de faire ; la capacité de faire faire ; la capacité d'empêcher de faire ; la capacité de refuser de faire. Il a aussi fait une distinction sur les objets auxquels la puissance s'applique, la puissance sur les choses ; la puissance sur les esprits ; la puissance sur les valeurs.

À l'égard d'Edward Hallet Carr (cité dans Kocaoğlu, 1993), la puissance est une des notions qui forme la politique. Selon la définition de Carr la politique est composée par deux groupes: premier groupe est la puissance et les valeurs; le deuxième groupe est l'utopie et la réalité.

Reinhold Niebuhr (cité dans Ari, 2008), théoricien des relations internationales de XX<sup>e</sup> siècle, a défini la puissance comme la capacité totale d'un Etat qui est notamment composé par la puissance militaire et puissance économique.

Plus généralement les réalistes ont défini la puissance comme l'objectif des Etats. Avec l'influence des théories réalistes, les néo-réalistes développent le concept de puissance.

Kenneth Waltz (cité dans Akçadağ, 2014), un politologue américain et un des fondateurs du néo-réalisme, a défini la puissance tel que « l'idée, simple et ancienne, qu'un agent est d'autant plus puissant qu'il affecte les autres plus que ceux-ci ne l'affectent ». Selon Waltz (cité dans Ari, 2008), la puissance est un moyen des Etats assurant leur sécurité.

Dans leurs œuvres *Power and Society: A Framework for Political Inquiry*, les politologues américains Harold Lasswell et Abraham Kaplan (2013), ont expliqué aussi le terme puissance. Selon ces auteurs la puissance représente une valeur de respect avec

laquelle la science politique est particulièrement occupée. La puissance peut être décrite selon son domaine, son contenu, son poids et sa coercition. La puissance est définie comme une participation à la prise de décision. C'est-à-dire G a la puissance sur H par rapport à la valeur K. Si G participe à la prise de décisions touchant les politiques de K de H, G a la puissance sur le H. Selon Kaplan et Laswell la puissance est peut-être le plus fondamental concept dans l'ensemble de la toute la science politique.

Robert Kagan (cité dans Verluise, 2013) résume aussi la puissance comme la capacité à faire l'Histoire, à son avis la puissance a pour objectif de démontrer la sécurité nationale. Mais pourtant elle peut devenir auto destructrice.

A. F. K. Organski et Jacek Kugler(1981) ont précisé la puissance comme la capacité d'influencer les comportements des autres selon les objectifs d'un individu, d'un groupe ou bien d'un Etat. Dans leur ouvrage *The War Ledger*, ils ont souligné l'importance de la puissance. Selon ces auteurs la puissance est le plus important déterminant de savoir si une guerre sera gagnée ou perdue.

Comme Robert Dahl (cité dans Martin, 1971) a expliqué dans son article *International Encyclopedia of the Social Sciences*, la puissance se réfère à des sous-ensembles de relations entre les entités sociales telles que les comportements d'une ou de plusieurs unités dépendent dans certaines circonstances, du comportement des autres unités. Brièvement A a le pouvoir sur B, nous pouvons remplacer l'assertion que le comportement de A provoque sur le comportement de B.

Joseph Nye (2005), dans son livre *Soft Power*, il a mentionné la difficulté de définir la puissance. Il compare la puissance à la météorologie. Selon Nye « tout le monde en dépend et en parle, mais peu le comprend » Il définit la puissance comme la capacité d'influencer le comportement des autres pour obtenir les résultats que l'on veut.



Giddens (cité dans Stewart, 2000) définit le pouvoir comme la capacité de garantir des résultats d'où la réalisation de ces résultats dépend par des moyens d'autrui.

Chez Max Weber (cité dans Martin, 1971), la puissance signifie « toute chance de faire triompher au sein d'une relation sociale sa propre volonté, même contre des résistances peu importe sur quoi repose cette chance » (Dormagen et Mouchard, 2009).

Selon différentes définitions de puissance que nous venons d'écrire, la puissance est un concept clé des relations internationales. Les théoriciens, plus particulièrement les réalistes, installent la puissance au centre de leurs théories. Selon leurs définitions, l'objectif primordial dans les relations internationales peut être expliqué comme la recherche de la puissance. Pourtant dans les théories de science politique, la notion de puissance fait référence souvent à des États ; dans les théories de sociologie, cette notion fait référence aux individus ou des acteurs sociaux.

Sur le milieu international, chaque Etat cherche à maximiser sa puissance nationale selon ses ressources. Il détermine les ressources de sa puissance et constitue ses politiques selon sa puissance. Mais sa puissance n'est pas le seul déterminant de ses comportements politiques. Les ressources des autres Etats sont également importantes pour constituer leurs stratégies. Donc la présence ou l'absence ou l'incohérence peuvent être utilisés pour expliquer le comportement des nations. D'après Johan Galtung et Rudolph J. Rummel (cité dans Hart, 1976) les nations qui obtiennent des résultats élevés sur certains indicateurs, mais faibles sur les autres, auront tendance à se comporter de manière hostile à l'égard d'autres nations. Cela nous explique bien les causes des guerres.

Les facteurs se trouvant à la base de la puissance varient d'un siècle à l'autre. Ces facteurs varient conformément au développement historique et chaque période a ses propres facteurs. Pendant la période coloniale, la domination territoriale était très

importante. Les empires se sont battus pour obtenir des nouveaux territoires et dominer sur les vastes territoires (Sur, 2006). Durant le XVII<sup>e</sup> et le XVIII<sup>e</sup> siècle, la population était une grande source de la puissance des économies agricoles de l'Europe, étant donné que des personnes ont été nécessaires en tant que contribuables et en tant que soldats pour les armées qui ont été composés principalement par des mercenaires. C'est pourquoi par exemple la France était considérée pour être dans une position dominante durant cette période. Cependant, avec la croissance de l'importance de l'industrialisation au XIX<sup>e</sup> siècle, l'Angleterre est devenue dominante dans les mers avec une flotte unique et puis l'Allemagne est devenue supérieure grâce aux chemins de fer (Nye, 2005). Avec le progrès, au XX<sup>e</sup> siècle, les Etats-Unis et l'URSS sont devenus des puissances mondiales avec leurs capacités militaires, industrielles et idéologiques (Yılmaz, 2010). Actuellement la capacité d'échanges commerciaux, des communications, des technologies et de la culture est apparue comme des facteurs déterminants de la puissance.

Donc au cours des siècles, les sources de la puissance ont changé grâce aux innovations technologiques et à la globalisation. Et aussi la puissance d'un Etat ne reste jamais stabilisée. Nous ne pouvons pas dire que les Etats Unis possèdent la même puissance en 1930, en 1945 (Malis, 1995) ou en 2010.

#### ***2.1.1.2. Les Facteurs de la Puissance***

Dans les relations internationales, avec la multiplication des facteurs au sein de la puissance, préciser la puissance nationale d'un Etat est devenue plus complexe qu'auparavant. Différents auteurs mentionnent différents facteurs pour analyser la puissance nationale d'un Etat.

Au XVII<sup>e</sup> siècle, Machiavel a exprimé les sources de puissance comme la population, le territoire, la richesse et la force armée. Après des siècles, Morgenthau

ajoute le caractère national, le moral national et l'efficacité de diplomatie aux sources de la puissance de Machiavel. Donc Morgenthau a défini la puissance nationale par six éléments constitutifs qui sont la géographie, les ressources naturelles, la capacité industrielle et le niveau technologique, la capacité militaire, la population et le caractère national (Akçadağ, 2014).

Par Organski et Kugler (1981), la puissance nationale est définie comme la capacité d'une nation à contrôler le comportement d'une autre selon ses intérêts.

Dans son ouvrage *Paix et Guerre*, qui a été publié en 1962, Aron (cité dans Malis, 1995) a classifié les éléments fondamentaux de la puissance tels que le milieu (l'espace des unités politiques), les ressources (les matériaux disponibles et le savoir qui permet de les transformer en armes), le nombre des hommes (population et l'art de les transformer en soldat) et l'action collective.

Chez Nye (cité dans Boniface, 2011) les éléments classiques de la puissance sont la population en territoire, puissance économique, force militaire. Selon Boniface (2011) la puissance est déterminée par la taille de l'armée du territoire, l'économie, la richesse disponible, les matières premières et les richesses souterraines (Boniface, 2011). Les dépenses militaires, la taille des forces armées, le produit national brut, et la population sont fréquemment utilisées comme indicateurs de la puissance nationale dans les études empiriques (Hart, 1976).

Donc la puissance est déterminée selon différents facteurs. Selon les théoriciens, plus généralement les ressources classiques de la puissance sont composées par le territoire, la population, la force militaire et l'économie. Chacun de ces facteurs de la puissance seront expliqués ci-dessous.

#### *2.1.1.2.1. Le Territoire*

Le territoire est vu comme la base de la puissance. Il s'agit d'un espace conquis, approprié, défendu. Le territoire peut permettre de projeter la puissance, au-delà des horizons terrestres ou maritimes (Verluisé, 2013). Alors que au cours des siècles la taille de territoire fut un de facteur déterminant de la puissance, conquérir de nouveaux territoires et élargir ses territoires étaient très importantes pour les Etats et les empires, actuellement la superficie du territoire ne joue pas un rôle plus important que ses fonctions ou sa position géographique. Un pays qui a un territoire de dimension réduite peut être une puissance régionale ou internationale. Comme exemple nous pouvons citer le cas d'Israël ayant une superficie de 22.072 km<sup>2</sup> soit l'Etat n'ayant pas une grande superficie, le 11<sup>e</sup> parmi 17 Etats du Moyen Orient pourtant il est un pays puissant au sens du Moyen Orient.

#### *2.1.1.2.2. La Population*

Selon la plupart des auteurs classiques des relations internationales, la population ou la puissance démographique est un des facteurs le plus importante de la puissance. Quand un Etat peut transformer son potentiel démographique à un potentiel économique, il peut devenir plus efficace dans les affaires du monde (Akçadağ, 2014). Sinon cette population n'est pas vue comme un élément de la puissance. Donc la qualité de la population est plus importante que le volume quantitatif de la population. Les indicateurs comme la fécondité, l'âge moyen, l'espérance de vie sont très importants pour la qualité de population. D'autre part, accroissement de population peut être facile mais comme dans l'exemple de la Chine ou l'Inde, avoir une grande population ne peut être considérée toujours comme l'indicatif de la puissance.

### 2.1.1.2.3. *La Force Militaire*

Autrefois la capacité militaire était considérée comme la puissance déterminante et essentielle. Au XVII<sup>e</sup> siècle, Machiavel (2004) avait conseillé aux Princes d'Italie de recourir à la force. Donc, selon ses conseils, il soutenait la puissance militaire comme la puissance nationale :

« Il faut considérer si les innovateurs sont puissants par eux-mêmes, ou s'ils dépendent d'autrui, c'est-à-dire si pour conduire leur entreprise, ils en sont réduits à prier, ou s'ils ont les moyens de contraindre. Dans le premier cas, il leur arrive toujours malheur, et ils ne viennent à bout de rien ; mais dans le second, au contraire, c'est-à-dire quand ils ne dépendent que d'eux-mêmes, et qu'ils sont en état de forcer, ils courent bien rarement le risque de succomber.»

Et Machiavel (2004) disait que : « On peut combattre de deux manières : ou avec les lois, ou avec la force. La première est propre à l'homme, la seconde est celle des bêtes ; mais comme souvent celle-là ne suffit point, on est obligé de recourir à l'autre : il faut donc qu'un prince sache agir à propos, et en bête et en homme» (Machiavel, 2004). C'est pourquoi les années suivantes, avec l'influence de Machiavel, la puissance militaire est devenue la puissance initiale des Etats-nations.

Le recours à la force est interdit par l'article 2/4 de la Charte de l'ONU mais il n'a pas disparu. La puissance militaire garde une importance fondamentale pour tous les Etats. Bien que cela, il y a des Etats, par exemple comme la Suisse, qui ne cherche pas le maximum de potentiel militaire, mais l'optimum de capacité défensive en vue d'un objectif supérieur qui est la sécurité et la prospérité de la démocratie helvétique (Malis, 1995).

#### *2.1.1.2.4. L'Economie*

La puissance économique d'un pays est déterminée selon certains facteurs comme son produit intérieur brut (PIB), sa parité de pouvoir d'achat (PPA), ses ressources humaines, son taux d'inflation et d'exportation, sa position dans le commerce international etc. (Akçadağ, 2014). L'importance de la puissance économique a augmenté avec la révolution industrielle. Comme il est un facteur déterminant de la puissance, l'économie protégera sa valeur aux années suivantes. L'évolution de l'économie nous montre que parallèlement aux États, les grandes entreprises multinationales vont jouer aussi un rôle important en tant qu'un facteur de la puissance (Courmont, Niquer et Nivet, 2011).

Donc tous ces éléments de la puissance sont interdépendants. Un pays ayant un très grand territoire, sans la capacité de se défendre, il ne saura pas contrôler ses frontières et il sera exposé au danger. Ou bien un pays qui a une grande population à laquelle on ne peut offrir des débouchés, peut être un facteur de déstabilisation sociale. Un pays riche qui n'a pas des moyens de se défendre, peut toujours avoir des problèmes de protections. Par exemple Qatar étant un pays ayant un territoire exigu du Moyen Orient, a l'économie qui le fait un de l'acteur important de sa région (Boniface, 2011).

Durant la période de la Guerre Froide, la théorie réaliste, la plus dominante théorie des relations internationales de cette époque, a focalisé sur la puissance militaire. Les néo-réalistes avaient souligné l'importance de puissance économique et militaire. Donc les facteurs culturels, sociaux et environnementaux ont été négligés.

En 1990 Joseph Nye (2005), un néo-libéral, a classifié les facteurs de la puissance dans son ouvrage, qui sont la puissance coercitive contre la menace, la puissance économique ayant les sanctions, paiement ou les aides financières et la dernière la puissance d'attraction et de cooptation. Donc avec cette classification Nye

a redéfini le concept de puissance et il a fait gagner à ce domaine trois formes de puissance des relations internationales qui sont *le hard power*, *le soft power* et *le smart power*. Ces trois formes de la puissance ont été traduites en plusieurs langues. En turc, les académiciens ont traduit généralement hard power « *sert güç* » ; soft power « *yumuşak güç* » ; smart power « *akıllı güç* ». Mais il n'existe pas une unité dans la traduction de ces termes ; certains auteurs préfèrent d'utiliser le mot « *ince güç* » au lieu de « *yumuşak güç* » (Kalin, 2006 ; İşbilir, 2014), et le mot « *kaba güç* » au lieu de « *sert güç* » (Kalin 2006 ; Özdemir, 2008). En français le terme du hard power signifie « la puissance dure » ; soft power signifie « la puissance douce » ou « l'influence culturelle » ; smart power signifie « la puissance d'intelligence ». La plupart des auteurs français préfèrent d'utiliser la version originelle de ces mots (Courmant, Niquet et Nirvet, 2011 ; Foquier et Camel, 2010 ; Solvit, 2014). Ce sont les auteurs québécois qui ont commencé à utiliser le terme « *puissance douce* » dans leurs écrits (Guerlain, 2014).

Les traductions de ces termes ne couvrent toujours pas leur sens essentiel. C'est pourquoi dans plusieurs articles, revues et livres, les auteurs préfèrent d'utiliser le mot d'origine anglais. Ainsi pour ne pas perdre leurs sens essentiels, je préfère aussi utiliser le soft power dans sa version anglaise. En partant de ces explications relatives a la puissance nous avons voulu attirer l'attention à ce que le soft power constitue actuellement une nouvelle forme de puissance du XXI<sup>e</sup> siècle.

### **2.1.2. Le Soft Power dans les Relations Internationales**

Durant la période de la Guerre Froide, l'importance et d'utilisation de la capacité militaire et économique s'étaient accrus. Le bloc de l'Est et le bloc de l'Ouest ont utilisé très souvent leurs capacités militaires et économiques pendant cette époque. Avec la fin de la Guerre Froide, les initiatives des organisations internationales et

régionales, avec des développements dans le cadre du droit international, la multipolarité dans le système international et l'augmentation de la pression du media ont limité l'emploi de hard power<sup>1</sup> et le recours à la force (Sandıklı, 2015). Même si le recours à la force est interdit par la Charte de l'ONU<sup>2</sup>, sauf certaines situations exceptionnelles,<sup>3</sup> se recourir à la force n'a jamais disparue sur le milieu international.

Nye (2005) a défini le soft power comme la capacité d'influencer les autres afin d'obtenir des résultats que l'on veut en utilisant « l'attrait » plutôt que d'appliquer une coercition ou alors verser une indemnité. Donc si un Etat arrive à imposer ce qu'il veut des autres par l'intermédiaire des institutions, alors dans le système interétatique il ne fera pas recours à la force.

« Soft power permet d'exercer une influence politique, de faciliter la conquête des marchés, etc. Si une nation parvient à persuader une autre que leurs intérêts sont communs ». Donc elle parviendra beaucoup plus facilement et d'une manière durable à la faire adhérer à sa politique que si elle veut obtenir ce résultat par la contrainte (Boniface, 2011). L'emploi de soft power n'est que de persuader d'un Etat à obtenir ce

---

<sup>1</sup>La puissance dure (hard power) est la capacité d'influencer le comportement d'autres acteurs par la contrainte la coercition ou par la violence en utilisant particulièrement les moyens économique et militaire.

<sup>2</sup>L'Article 2 § 4 de la Charte de l'ONU : « Les Membres de l'Organisation s'abstiennent, dans leurs relations internationales, de recourir à la menace ou à l'emploi de la force, soit contre l'intégrité territoriale ou l'indépendance politique de tout État, soit de toute autre manière incompatible avec les buts des Nations Unies. »

<sup>3</sup>Le Chapitre VII de la Charte de l'ONU autorise le Conseil de Sécurité de prendre des mesures coercitives pour maintenir ou rétablir la paix et la sécurité internationales : « Le Conseil de sécurité constate l'existence d'une menace contre la paix, d'une rupture de la paix ou d'un acte d'agression et fait des recommandations ou décide quelles mesures seront prises conformément aux article 41 et 42 pour maintenir ou rétablir la paix et la sécurité internationales. ». Et selon l'article 51 « Aucune disposition de la présente Charte ne porte atteinte au droit naturel de légitime défense, individuelle ou collective, dans le cas où un Membre des Nations Unies est l'objet d'une agression armée, jusqu'à ce que le Conseil de sécurité ait pris les mesures nécessaires pour maintenir la paix et la sécurité internationales. Les mesures prises par des Membres dans l'exercice de ce droit de légitime défense sont immédiatement portées à la connaissance du Conseil de sécurité et n'affectent en rien le pouvoir et le devoir qu'a le Conseil, en vertu de la présente Charte, d'agir à tout moment de la manière qu'il juge nécessaire pour maintenir ou rétablir la paix et la sécurité internationales.»



qu'il souhaite. Un Etat peut persuader un autre Etat en utilisant la force économique et militaire. Donc selon la distinction de Nye le hard power est la capacité d'influencer le comportement d'autres acteurs par la contrainte, la coercition, ou par la violence. Notamment par les moyens économiques et militaires. Nye souligne (2008) que le soft power est la capacité d'attirer et de séduire.

Dans les relations internationales, c'est le soft power qui assure l'usage de puissance de manières indirectes (Demir et Varlık, 2013). Selon cette approche, au lieu d'utiliser la puissance de manières directes, tels que l'utilisation des moyens militaires ou économique, on assiste à l'apparition des nouvelles institutions et de l'attraction de l'Etat. Par exemple un Etat peut influencer l'opinion publique directement par sa culture ou indirectement par ses institutions et organisations.

Selon la définition de Nye (2008), dans la politique internationale, la plus grande partie des ressources de soft power sont composées essentiellement par trois valeurs appartenant à l'organisation ou à l'Etat qui sont leur culture (dans les endroits où il est attrayant pour les autres), leur valeurs politiques (des exemples de ses pratiques et politiques internes), leur politiques extérieures (la façon dont il gère ses relations avec les autres).

La différenciation du soft power par rapport aux autres puissances, c'est que le soft power a la capacité d'attirer les décideurs politiques et les publics dans les pays étrangers (Inoguchi, 2012).

Le hard power et le soft power sont conceptuellement distincts de plusieurs points de vue. Nous venons de dire que plus généralement les ressources de hard power comprennent les ressources militaires et économiques ; par contre les ressources de soft power, comprennent la culture, les valeurs et les politiques. Donc les ressources de hard power, notamment les ressources militaires sont sous le monopole d'Etat. Les

ressources de soft power se trouvent à l'intérieur et à l'extérieur du secteur public (Roselle, Miskimmon et O'Loughlin, 2014). C'est pourquoi les gouvernements ont parfois la difficulté de contrôler et d'employer le soft power (Nye, 2005) ; le soft power peut être sous la dépendance des universités, des entreprises, des organisations religieuses, des équipes de sports, des citoyens et des laboratoires d'idées (think tanks) etc. d'un pays. Beril Dedeoğlu (cité dans Aydoğan et Aydın, 2011) a expliqué la différence fondamentale entre le soft power et le hard power en se référant aux conséquences de soft power qui est toujours moins dangereux que hard power. C'est-à-dire, un pays utilisant hard power, ne peut pas prévoir ses conséquences, alors que le soft power a toujours abouti par un gain. Le taux de perte de soft power est inférieur au hard power.

Les ressources de hard power, qui sont la capacité économique et militaire, sont parfois peuvent considérés comme les ressources du soft power d'un acteur international. La capacité économique et militaire ne sont pas toujours utilisées pour une mesure coercitive ou l'acte de violence. Par exemple si un Etat utilise sa capacité économique pour les aides humanitaire ou de développement au lieu de blocus ou embargo économique ; ou alors s'il utilise sa capacité militaire pour les opérations humanitaire ou pacifiques, ses capacités militaires et économiques acquièrent une valeur du soft power.

Selon Beril Dedeoğlu (cité dans Aydoğan et Aydın, 2011) le soft power n'ignore pas totalement le hard power. La plupart des pays qui sont puissants avec leur capacité militaire, peuvent appliquer soft power. Il faut d'ailleurs utiliser les facteurs économiques, humanitaires et culturels avant d'utiliser le facteur militaire sur le milieu international. En fait le soft power n'est pas moins cher que le hard power. Un acteur qui applique soft power, est plus riche qu'un acteur qui utilise uniquement hard power.

Parce qu'il doit avoir un budget pour ses dépenses militaires et aussi pour ses dépenses du soft power. C'est la raison pour laquelle, plusieurs pays ne peuvent pas utiliser soft power.

Nous avons répété à maintes reprises que ce n'est qu'en 1990 que Nye a introduit à la terminologie, le terme du soft power, ce qui n'était pas d'ailleurs un concept nouveau dans le système international. Par exemple au cours de l'histoire l'empire Romain et l'empire britannique étaient deux grands empires qui contrôlaient des vastes territoires grâce à leurs forces militaires et aussi grâce à l'attrait de leur civilisation, et au caractère bienveillant de leur domination (Lord, 2005). Un autre exemple aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles, la France a présenté sa culture à toute l'Europe. Pendant cette époque, le français était devenu la langue de la diplomatie dans le monde entier (Yilmaz, 2011). Selon encore un autre exemple : après la Deuxième Guerre Mondiale, avec le Plan Marshall, les Etats-Unis ont appliqué le soft power. Pendant la période de la Guerre Froide, le soft power a été utilisé comme un des moyens de la guerre idéologique et le soft power américain a été même considéré comme une des raisons de l'échec de l'URRS (Yilmaz, 2012).

L'expansion de diffusion internationale des émissions de radio ou de télévision, la concurrence pour accueillir des événements sportifs mondiaux et la prolifération des instituts culturels, des partenariats et des échanges sont des tentatives de mettre le soft power en pratique (Roselle, Miskimmon et O'Loughlin, 2014).

Etant un moyen de soft power, la diplomatie publique est un instrument que les gouvernements utilisent pour mobiliser les ressources nécessaires en vue de communiquer et d'attirer le public des autres pays, plutôt que leurs gouvernements (Nye, 2008).

Le terme de la diplomatie publique est lancé par Edmund Gullion en 1965. Il le définit comme la diplomatie qui s'adresse aux peuples par-dessus la tête de leurs gouvernements et représentants (Huyghe, 2011 ; Demir, 2012). Grâce au développement du système international et du changement dans le concept de puissance, la diplomatie a gagné une nouvelle forme. La diplomatie publique s'est différenciée par rapport à la diplomatie traditionnelle par ses qualités d'utilisation de communication publique et de dialogue entre les peuples dans la politique internationale. Donc la diplomatie traditionnelle est réalisée entre les gouvernements ; par contre la diplomatie publique est réalisée premièrement entre les gouvernements et le peuple des autres pays et deuxièmement entre les peuples de différents pays (Aydoğan et Aydın, 2011).

Les Etats n'utilisent pas soft power uniquement pour orienter les autres pays vers leurs souhaits. Une autre manière d'utiliser le soft power est de discréditer, de supprimer et d'affaiblir le soft power d'un autre Etat. Cela signifie que c'est une guerre de soft power (Sandıklı, 2015). Donc cette guerre est réalisée entre deux Etats qui ont des intérêts communs. Dans cette situation, les deux Etats essayent d'affaiblir, de supprimer ou bien de discréditer l'influence de l'autre Etat. Par exemple lors de la Guerre Froide, il y avait une concurrence entre l'URSS et les Etats-Unis. Cette concurrence n'était pas seulement dans le domaine économique et militaire. Même dans le domaine de la culture, ces deux pays étaient en concurrence ; chacun voulaient de propager leur culture dans les sociétés étrangères et de supprimer l'influence de l'autre. Cette concurrence peut être montrée comme un exemple de la guerre du soft power.

Le soft power pratiqué par des acteurs non-étatique peut faciliter ou rendre plus compliqué les politiques menées par les gouvernements. Dans certains cas, le soft power ne peut pas toujours aboutir à des résultats positifs. Par exemple l'exportation

des films Hollywood ayant un contenu obscène et comportant des violences vers les pays musulmans conservateurs, peuvent produire des effets négatifs que de les qualifier du soft power (Nye, 2008).

Les politologues relient l'échec de l'URSS face aux Etats-Unis avec le manque d'utilisation de soft power et diplomatie culturelle. C'est ainsi que l'importance du soft power est apparue dans les relations interétatiques. En conséquence, les Etats ont commencé à comprendre l'importance et le rôle du soft power. Le développement technologique et la globalisation contribuent à l'évolution du soft power et le terme du soft power est actuellement devenu un des concepts importants des relations internationales. Joseph Nye (2005) défend que séduire est plus efficace que contraindre. C'est pourquoi, aujourd'hui les Etats ne développent pas seulement des relations économiques et diplomatiques; ils s'efforcent aussi afin de devenir un acteur effectif des opinions publiques des autres Etats.

## **2.2. Les Instruments du Soft Power Utilisés par des Grandes Puissances**

### **Mondiales**

Après la Guerre Froide, le changement dans le concept de la puissance a impliqué l'augmentation du facteur humaine comme par exemple la société civile ou l'opinion publique. Cette situation a influencé également de la manière dont les Etats appliquent leurs politiques. Le soft power est devenu autant important que le hard power pour les politiques extérieures des Etats. Aujourd'hui plusieurs pays, notamment les pays développés et les pays en voie de développement, recourent au soft power pour obtenir une image et une perception positive dans la société internationale. C'est pourquoi dans ce chapitre seront traités les instruments communs du soft power utilisés par des puissances mondiales en Europe, en Amérique et en Asie, avant d'analyser l'exemple de la Turquie.

Les explications qui porteront sur les pays développés, couvriront les Etats-Unis, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, le Canada et le Japon ; en ce qui concerne les pays en voie de développement, nos explications couvriront le groupe de BRICS dont la Chine, le Brésil, l'Inde, la Russie.<sup>4</sup>

Nous mettrons en cause ces Etats car les méthodes que ces pays choisissent pour contribuer leurs politiques du soft power manifestent des ressemblances. Après une brève explication pour chacun de ces Etats, leurs instruments du soft power seront traités dans les sections de ce chapitre.

- Les Etats Unis sont la plus importante superpuissance mondiale. Sans doute ils sont le leader universel ; leader aussi bien que pour le hard power que le soft power. Comme Joseph Nye (2005) a défini le terme du soft power, les Etats-Unis est le père du soft power et ses acteurs du soft power sont devenus des modèles pour les autres Etats.

- Le Canada se considérant comme un pays pacificateur, joue un rôle significatif dans la gestion de l'ordre mondial multilatéral et dans l'élaboration de l'ordre mondial (Hawes, 2010). En tant qu'un pays développé, même s'il a déjà une image positive sur la scène internationale, le Canada donne l'importance à la diplomatie publique et il améliore sa politique du soft power.

- Le Brésil, pour ce qui est de sa puissance, est considéré comme un pays surprenant du XXI<sup>e</sup> siècle. Avec son économie qui se développe sans cesse, il est devenu un pays le plus efficace dans ses relations internationales. Le Brésil est un pays qui fait rarement recours aux menaces directes (militaire ou économique) pour atteindre les objectifs de sa politique étrangère, en outre il ne possède pas une puissance militaire

---

<sup>4</sup>A cause de manque de source, nous ne pouvons pas traiter le soft power de la République d'Afrique Sud.

significative. C'est la raison pour laquelle le Brésil cherche à améliorer et à enraciner son soft power et s'engage en des coopérations avec les autres pays en voie de développement (Dauvergne et Farias, 2012).

- Le Royaume-Uni, parmi les Etats du soft power est reconnu pour être un des plus habiles du monde. Dans les classements mondiaux de soft power, le Royaume-Uni occupe régulièrement un niveau parmi les trois premiers pays (McClory 2015). Ses instruments du soft power sont enracinés et professionnalisés, donc cela prouve que le soft power n'est pas une notion récente pour le Royaume-Uni. Et avec ses institutions, le Royaume- Uni est devenu un modèle pour les autres Etats (Arslan, 2014).

- La France, étant un pays développé et ayant une qualité culturelle qui la distingue, utilise la diplomatie culturelle afin d'assurer la promotion de ses valeurs à travers le monde et d'influencer les opinions publiques des Etats. Depuis XIX<sup>e</sup> siècle, la France exécute une diplomatie culturelle avec sa langue, sa diplomatie, ses arts et sa culture. La France l'attire attention des autres nations. Toutes ses caractéristiques culturelles jouent un rôle essentiel pour son soft power et contribuent à son soft power. Comme une conséquence de ses politiques culturelles, la France est le deuxième pays attractif pour des étrangers au regard des visites touristiques (Nye, 2004)

- L'Allemagne, après la Seconde Guerre Mondiale, est revenue à la communauté internationale et européenne en favorisant la réconciliation et la collaboration avec des partenaires sur le plan bilatéral. En même temps, pour la nouvelle République fédérale, l'utilisation du hard power était presque un tabou, car le hard power a été rejeté par tous les groupes concernés dans la politique intérieure de l'Allemagne et n'étaient pas bien considéré sur le milieu internationale. Et pour un pays sortant d'une grande guerre, le soft power était moins coûteux que le hard power. C'est la raison pour laquelle, l'Allemagne a accordé une importance à l'utilisation du soft

power. L'Allemagne voulait aussi effacer son image négative qui avait causé la diminution de sa crédibilité dans la société internationale (Wittig, 2007 ; Lang, 2015).

- La Chine, est l'un des acteurs considérable du système international par sa population et son économie. Le gouvernement chinois tente de projeter une image plus favorable du pays et de rassurer le monde que ses intentions sont bénignes en recourant au soft power. Le gouvernement de la République populaire de Chine (RPC) fait des investissements substantiels dans la projection de la langue chinoise, de la culture, des perspectives et influence au-delà de ses frontières: par des programmes de développement et de l'aide étrangère, l'éducation, la diplomatie culturelle et fournies des assistances financières et soutien à la distribution des produits culturels chinois sur les marchés internationaux (Ren et Montgomery, 2015).

- Le Japon, étant un pays loin d'être un hard power, a préféré plutôt de suivre des politiques du soft power. Les dirigeants japonais ont vu la coopération dans le domaine de l'environnement comme une «niche diplomatique» pour élever le profil global du pays après la Guerre Froide (Heng, 2014).

- L'Inde, est une puissance rapide montante dans le monde actuel. Lors de la dernière décennie, la politique de la libéralisation a amélioré sa situation économique, et sa politique de nucléarisation a amélioré son pouvoir militaire (Hymans, 2009). Aujourd'hui l'Inde essaye de renforcer sa position en utilisant des nouvelles politiques du soft power.

Dans les sections qui suivront, nous allons essayer d'étudier les instruments du soft power des Etats mentionnés ci-dessus du point de vue de la culture ; du media ; des grands événements ; des investissements et des aides extérieures, et aussi de l'utilisation de la science et de la technologie.



### **2.2.1. La Culture entant qu'un Instrument du Soft Power**

La culture est l'ensemble des pratiques qui créent un sens pour une société et il existe plusieurs manières pour l'expression d'une culture. Dans cette section nous traiterons l'effet de la langue dans le cadre des cours de langue et de l'éducation ; en distinguant la culture traditionnelle et la culture populaire qui sont souvent utilisées pour répandre la culture d'un pays auprès des autres pays.

#### ***2.2.1.1. La Langue en tant qu'un Moyen du Soft Power***

Pour communiquer à travers les frontières, un langage commun est fortement nécessaire pour les Etats. En propageant sa langue, un Etat peut créer un réseau de personnes qui peuvent partager et éprouver les mêmes sentiments et pouvant aussi facilement communiquer avec les autres sociétés. Donc la langue étant l'une des plus importants moyens est la première étape pour promouvoir une culture en s'infiltrant aux autres sociétés. Donc l'expansion de langues à travers des cours de langues qui sont créés dans les pays étrangers, à travers les institutions éducatives et culturelles est considérée comme la première étape des politiques du soft power. C'est la raison pour laquelle, les Etats accordent une importance primordiale à l'expansion de leur propre langue dans les sociétés étrangères.

##### ***2.2.1.1.1. Les Cours de Langues***

La France était le premier pays qui a propagé sa langue dans la société internationale. Au XIX<sup>e</sup> siècle la langue française avait une valeur sur le milieu international. Durant plusieurs siècles, le français était une *lingua franca* de prestige. Elle était utilisée comme la langue de la diplomatie sur le milieu international (De Saint Robert, 2010). Afin de promouvoir le français, l'Alliance Française a été fondée en 1883 à Paris. La fondation d'Alliance Française nous prouve que l'usage du soft power

n'est pas un phénomène actuel. Même si cette notion était entrée à la littérature dans les années 1990, la France a recouru au soft power à partir du XIX<sup>e</sup> siècle.

Actuellement l'Alliance Française représente le premier réseau culturel mondial et le premier choix des étrangers pour apprendre le français. Chaque centre d'Alliance Française a trois objectifs essentiels ; tels que proposer des cours de français, en France et dans le monde, à tous les publics; mieux faire connaître les cultures françaises et francophones et de même favoriser la diversité culturelle (Alliance Française, 2016).

Tableau 1

Le nombre d'étudiants des centres d'Alliance Française

<b>La région</b>	<b>Nombre des pays</b>	<b>Nombre des centres</b>	<b>Nombre des étudiants</b>
Afrique et Océan Indien	37	124	71.000
Amérique du Nord	2	118	36.000
Amérique Latine-Caraïbes	33	204	167.000
Asie et Océanie	32	118	104.000
Europe	33	255	86.000

*Note.* Repéré à <http://www.fondation-alliancefr.org/?cat=7>

La Fondation de l'Alliance Française a séparé ses zones d'activité en cinq régions : l'Afrique et l'Océan indien, l'Amérique du nord, l'Amérique latine-caraïbes, l'Asie et l'Océanie et l'Europe. Au totale cette fondation est en action au sein de 137 pays avec 819 centres d'Alliance Française. La fondation a 464.000 étudiants selon les informations de leur site d'internet.

Et aujourd'hui plusieurs organisations internationales, considèrent le français comme l'une de leurs langues officielle. Par exemple le français selon la Charte des Nations unies est une des cinq langues officielles de l'ONU. Les documents de ces organisations sont préparés aussi en français (De Saint Robert, 2010). Dans un entretien, ex-ministre des Affaires Extérieures de Brésil, Celso Amorim (2010), a exprimé l'importance du français pour la politique et la diplomatie en ces termes :

« La langue française est importante dans la formation des diplomates brésiliens. Les candidats à la carrière diplomatique doivent passer un examen écrit en français, qui pèse dans leur classement. Pendant les cours de formation à l'Institut Rio Branco, les élèves qui ne maîtrisent pas la langue sont amenés à suivre des cours de français. Sans parler des pays européens, le dialogue avec plusieurs pays africains est entretenu en français. En Haïti, où le Brésil exerce le commandement de la mission de paix des Nations unies depuis 2004, la langue française est un outil de grande valeur. ».

A part l'Alliance Française, une autre organisation, l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), représente un autre moyen de répandre la langue et la culture française. L'OIF est fondée en 1970.<sup>5</sup> L'OIF agit comme une voix puissante de langue française dans la défense de la culture et de la langue française et elle est efficace dans la promotion de l'intérêt politique et économique des pays francophones. Elle reflète les valeurs françaises telles que la bonne gouvernance et la démocratie en tant qu'un objectif (Neathery-Castro et Rousseau, 2005).

---

<sup>5</sup>Au XIX<sup>e</sup> siècle, le terme de francophonie était élaboré par le géographe Onésime Reclus pour désigner l'ensemble des personnes qui utilisent le français. Plus naturellement la francophonie s'est développée d'abord dans les colonies françaises et belges par l'éducation de certaines élites africaines, puis à travers la coopération au développement des nouveaux États indépendants africains. (Gazeau-Secret, 2010)

Le plus important obstacle qui empêche l'efficacité du soft power française est la croissance de l'utilisation de l'anglais. Bien que le français fût une force majeure pour l'intégration culturelle et politique, actuellement cette situation est en train de changer à cause de la renaissance des langues et dialectes régionaux en France, de l'intégration économique et culturelle aux organisations internationales comme l'Union Européen (UE) et l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) et de l'utilisation de l'anglais dans les domaines financiers, politiques, militaires comme lingua franca internationale (Neathery-Castro et Rousseau, 2005).

En plus, les zones importantes du futur, en Océanie et en Asie pacifique, la culture anglophone est déjà dominante. L'anglais est utilisé comme la langue de la culture, de l'économie, du commerce (Taglioni, 2004; Akhundova, 2015). Donc le français restera inefficace sur ces zones dans quelques années à venir.

Alors qu'au XIX<sup>e</sup> siècle, le gouvernement français et les élites français ont essayé de faire des campagnes et des activités pour promouvoir et défendre le français sur le milieu international, l'utilisation et l'importance du français sont maintenant en déclin. Donc, peut-on dire que c'est un désavantage pour la France qui a une politique de soft power basée sur la langue française.

Actuellement l'anglais est la langue officielle de presque toutes les organisations régionales et globales. Donc cela reflète que l'anglais est devenu la *lingua franca* mondiale du passé (Rose, 2005 ; Seidlhofer, 2005). De jour en jour, le nombre de personnes sachant parler l'anglais en tant qu'une langue étrangère se trouve augmentées beaucoup plus que les personnes sachant l'anglais en tant que leur langue maternelle (Rose, 2005).

La plus importante institution pour promulguer l'anglais c'est le British Council qui a été créé en 1934 à enseigner l'anglais et l'administration des examens, la

promotion des arts et de développer des partenariats pour offrir des programmes d'éducation et de la société à travers le monde. Cette institution fonctionne dans plus de 100 pays, reliant des millions de personnes avec le Royaume-Uni grâce à des programmes et des services dans les domaines de la langue anglaise, de l'art, du sport, de l'éducation, de la science, de la culture etc. Chaque année, ces centres atteignent directement plus de 50 millions de personnes (face-à-face, à des événements et des médias sociaux numériques), ainsi qu'indirectement plus de 500 millions de personnes, par l'intermédiaire d'émissions et publications (British Council, 2016a).

En partageant les valeurs culturelles du Royaume-Uni avec d'autres pays, cette organisation vise à augmenter le niveau de confiance entre le peuple du Royaume-Uni et des autres peuples. En créant des opportunités dans de différents domaines, le British Council apporte une contribution majeure au soft power et joue un rôle central pour le Royaume-Uni, ainsi renforce la confiance entre les peuples à travers le monde (British Council, 2016b).

Depuis XX<sup>e</sup> siècle, l'anglais a remplacé le français en tant que lingua franca. Nous pouvons prétendre que le rôle des Etats-Unis a joué évidemment un rôle effectif à travers la propagation de l'anglais. Puisque les Etats-Unis obtiennent un soft power très effectif, l'utilisation de l'anglais montre une augmentation dans le milieu internationale. Donc la culture américaine, surtout la culture populaire telles que les chansons, les films, les romans américains influence la propagation de l'anglais dans les sociétés étrangères.

Goethe-Institut est l'institution linguistique et culturelle de l'Allemagne répandue sur le plan universel. Les objectifs de cet Institution se trouvent exprimés en ces termes :

«Nous promouvons la connaissance de la langue allemande à l'étranger et entretenons des collaborations culturelles internationales. Nous diffusons une image complète de l'Allemagne grâce aux informations sur la vie culturelle, sociale et politique de notre pays. Nos programmes culturels et éducatifs promeuvent l'échange interculturel et permettent des participations d'ordre culturel. Ils renforcent la construction des structures de la société civile et encouragent la mobilité internationale » (Goethe Institut, 2016).

Les 159 Goethe-Instituts dans 98 pays fournissent l'expansion de la culture et la langue allemande au monde entier (Goethe Institut, 2016).

La Chine, pour promouvoir sa culture et sa langue, a créé les Instituts Confucius. Ces instituts assurent l'enseignement en langue chinoise et la promotion de la culture dans les écoles étrangères primaires et secondaires et aussi des entreprises (Paradise, 2009; Confucius Institute, 2016a).

Au cours des dernières années, les Instituts Confucius ont été installés dans de nombreux endroits en Asie, en Afrique, en Amérique du Nord, au Moyen-Orient, en Europe et en Océanie. Selon les données, en Mars 2016, 500 Instituts Confucius existent dans 130 pays (Asie, 33 ; Afrique 36 ; Amérique, 18 ; Europe, 40 ; Océanie, 3), sous la direction du Bureau National pour l'Enseignement du Chinois Langue Etrangère (HANBAN). Le Hanban qui relève directement du Ministère Chinois de l'Education, a pour but de « fournir aux pays du monde entier ressources et services pédagogiques en langue et culture chinoises. Il veille à répondre le mieux possible aux demandes des apprenants du chinois en Chine et à l'étranger, et à contribuer ainsi au développement de la diversité culturelle et à l'établissement d'un monde harmonieux » (Confucius Institute, 2016b).

Le Programme de bourses du gouvernement chinois à propos des étudiants étrangers a réussi à propager la bonne volonté et le renforcement du soft power de la Chine. Avec ses opportunités des bourses, le nombre des étudiants étrangers en Chine a remarquablement augmenté (Zheng, 2009 ; Demirtepe et Özertem, 2013). La croissance économique et l'augmentation des coopérations financières, font augmenter le nombre de personne voulant apprendre la langue chinoise. Comme un exemple, nous pouvons dire qu'au cours de dernières années en Turquie, le chinois est devenu très populaire et les étudiants tendent à apprendre le chinois en tant qu'une seconde langue étrangère. Connaitre le chinois offre aux jeunes multiples opportunités d'emploi (« Çince bilenin işi hazır », 2012)

Les universités turcs sont en conscience de l'importance de la langue chinoise et il existe quatre Instituts Confucius au sein de l'Université Yeditepe, l'Université Bosphore, l'Université Technique du Moyen Orient et l'Université Okan.

Langue russe, qui était la *lingua franca* dans la région, conserve encore son importance dans l'espace post-soviétique, même après l'effondrement de l'Union Soviétique. Ceci est également avantageux pour la Fédération de Russie en termes de création de canaux de propagande tels que les médias russes, qui sont populaires dans les pays post soviétiques, et sont influents dans des domaines de l'éducation, la science et la culture. En plus, l'avantage de la langue russe c'est que cette langue conserve toujours son importance au sein des pays postsoviétiques, car elle est pratiquée dans la vie quotidienne. Par contre le processus d'éloignement des Etats postsoviétiques de la sphère russe ainsi que la migration de la minorité russe de ces régions vers la Russie et la renaissance des sentiments nationaux, ont diminué la pratique de la langue russe, en particulier parmi la jeune génération. Quand même la position de la langue russe est

relativement plus forte en Asie centrale, en Europe orientale, dans le Caucase du Sud et les pays baltes (Özertem, 2009).

#### *2.2.1.1.2. L'Education*

Les institutions de l'enseignement supérieur et les programmes d'éducation sont les autres moyens pour l'expansion de la langue. Les opportunités des bourses et la qualité des institutions éducatives attirent l'attention de personnes intéressées.

Les Etats-Unis, possédant le plus grand système scolaire anglophone dans le monde séduisent les étudiants étrangers par des programmes de bourses comme Fulbright. Le programme de Fulbright a été fondé en 1946 par les initiatives de Sénateur J. William Fulbright et le Président Truman. Sénateur Fulbright a souligné la nécessité de ce programme en ces termes: « la promotion des biens internationaux est liée à l'échange d'étudiants dans les domaines de l'éducation, de la culture et de la science».<sup>6</sup> Fulbright travaille en coopérant avec le Bureau des Affaires Educatives et Culturelles du Département de l'État Américain; les commissions et les fondations Fulbright binationaux et les ambassades américaines à l'étranger, pour administrer le programme (Fullbright Foreign Student Program, 2016). Le programme de Fulbright permet aux étudiants diplômés, aux jeunes professionnels et aux artistes de l'étranger pour étudier et mener des recherches aux États-Unis dans les universités américaines ou dans les autres institutions académiques.

En 2014, selon les statistiques, 5.139 personnes dont 285 en Afrique ; 1.581 en Asie Pacific ; 1.160 en Europe, 353 au Proche Orient ; 689 en Asie Central ; 1.071 en Hémisphère Occidental, avaient obtenu une bourse de Fulbright. Depuis sa création en 2014 plus de 237.195 personnes dont 11.931 en Afrique ; 31.020 en Asie Pacific ;

---

<sup>6</sup>« Promotion of international good will through the exchange of students in the fields of education, culture and science. » (Fullbright Foreign Student Program, 2016).



133.657 en Europe, 11.206 au Proche Orient ; 12.447 en Asie Central ; 36.934 en Hémisphère Occidental ont obtenu une opportunité de la bourse de Fulbright (Bureau of Educational and Cultural Affairs, 2016). Ces chiffres nous montrent que les pays Européens sont des pays qui bénéficient d'avantage des opportunités de bourses de Fulbright plus que les autres pays.

Comme les Etats-Unis, le Canada attire l'attention des étudiants avec ses opportunités des bourses. Une grande planche d'approche de la diplomatie publique du Ministère des Affaires Mondiale du Canada a ses propres programmes de bourses et de relations académiques postuniversitaires. À la fin des années 1990, le Canada administrait 7 millions de dollars en subventions, couvrant principalement « Canada Bourse Programme » et « le programme du Commonwealth ». Le but du Canada était de soutenir les étudiants prometteurs qui allaient devenir des partenaires commerciaux et universitaires à leur retour dans leur pays d'origine. Vers la fin du XX<sup>e</sup> siècle, il y avait plus de 7 000 'canadianists' dans plus de 30 pays qui ont enseigné les études sur le Canada pour au moins 150.000 étudiants par an (Potter, 2002).

D'une part les jeunes préfèrent de faire leurs études supérieures à l'étranger où ils désirent apprendre la langue du pays. D'autre part comme conséquence de cette expansion culturelle et linguistique, les jeunes préfèrent alors de continuer leurs études dans les pays qu'ils connaissent déjà la langue et la culture. Comme exemple nous pouvons citer le cas des étudiants francophones : ils préfèrent les universités françaises pour continuer leurs études universitaires en vue de profiter de l'avantage linguistique. Selon les derniers chiffres de l'UNESCO, après les Etats-Unis et le Royaume Uni, la France est le troisième pays d'accueil des étudiants étrangers. En 2012, soit 271.399 étudiants étrangers avaient choisi la France, cela fait 7 % du total des étudiants étrangers en mobilité à travers le monde (Campus France, 2012).

Les étudiants étrangers représentent 12.1% du total des étudiants en France et 41.4% du total des doctorants. Le Maroc est le premier pays d'origine des étudiants étrangers qui est suivi par la Chine, l'Algérie, la Tunisie et l'Italie. Ils représentent près de 40% de la mobilité entrante. La France accueille quatre fois plus d'étudiants internationaux qu'elle n'en envoie à l'étranger. (Campus France, 2012)

Selon le Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche (MENESR), en 2014-2015, la France a accueilli 298.902 étudiants étrangers parmi lesquels 218.443 (73,1%) sont inscrits à l'université (en 2013-2014, la France a accueilli 295.084 étudiants étrangers et en 2011-2012, 288.544 étudiants étrangers) (Campus France, 2016).

La Russie a perdu sa position en tant qu'une destination pour l'enseignement supérieur, mais elle est toujours très demandée dans l'espace post-soviétique en tant que la première ou la deuxième destination des étudiants qui souhaitent assister à une université à l'étranger. Parmi les étudiants étrangers qui viennent en Russie pour l'enseignement supérieure, les étudiants des pays de la Communauté des Etats Indépendants (CEI) garde une place importante dans le système d'enseignement russe (Özertem, 2009).

Selon les données compilées par l'Université d'Etat de Novossibirsk et présentées dans un rapport, 186.606 étudiants étrangers ayant effectué leurs études en 2014 dans des institutions d'enseignements russes manifestent une augmentation de 14,1%. Selon ce rapport, la plupart des étudiants étrangers étaient originaires du Kazakhstan, de la Biélorussie et de l'Ukraine. Le pic du nombre d'étudiants étrangers peut être dû en partie à une initiative prise en 2014 par le Ministère de l'Education d'utiliser les fonds du budget fédéral pour couvrir les frais de scolarité de 15.000 étudiants étrangers chaque année (« Number of Foreign Students », 2015). Donc en

Russie, les étudiants étrangers sont notamment d'origine des pays l'ex-soviétique (Halidov, 2014).

La relation entre le soft power et l'éducation internationale n'est pas un phénomène nouveau. Depuis même le Moyen Age, les étudiants ont été attirés pour faire leurs études à l'étranger et ils ont été influencés par ce qu'ils ont appris et expérimenté. Aujourd'hui l'attractivité du système d'enseignement supérieur d'un pays et de l'efficacité des échanges éducatifs est aussi des facteurs considérables pour le soft power (Altbach et Peterson, 2008). Les qualités des institutions attirent également les jeunes. Comme par exemple, au-delà des étudiants anglophones, les universités britanniques attirent un grand nombre d'étudiants étrangers (« Softly Does It », 2015).

L'Allemagne, dont le soft power est généralement appliqué par les institutions publiques, dans le domaine de l'éducation et de la culture, le Ministère Fédéral de l'Education et de la Recherche fournit un financement substantiel pour les échanges universitaires, la coopération scientifique, et marketing international. Les étudiants étrangers de préférence vont en Allemagne pour l'enseignement supérieur dont 10% sont pris en charge par des fonds allemands. Chaque année 30.000 chercheurs étrangers vont en Allemagne comme des invités pour faire des recherches scientifiques (Maaß, 2014).

La Chine exerce des programmes académiques pour contribuer son soft power dans le domaine éducatif et culturel. Les programmes comme « les enseignants invités » et « le Pont de Délégation Chinoise en Chine » permettent aux formateurs de se rendre en Chine durant l'été pour apprendre la langue, la culture et le système de l'éducation chinoise. Avec ce type de programme, des élèves des écoles secondaires ont l'opportunité de visiter la Chine pendant les mois de vacances d'été afin d'étudier la langue et la culture chinoise (Paradise, 2009).

Les États-Unis avaient utilisé l'enseignement supérieur dans le cadre de sa politique coloniale. Il a établi des institutions d'enseignement supérieur dans les autres pays et a joué un rôle actif dans la diffusion de ses idées culturelles et politiques pendant la période de la guerre froide. Les institutions de l'enseignement supérieur américaines ont joué un rôle de plus en plus actif et vital dans l'élaboration et le maintien de relations positives avec les autres nations (Altbach et Peterson, 2008).

Les États-Unis est la plaque tournante mondiale prééminente pour la formation académique. Durant la période académique entre 2012-2013, les États-Unis avaient accueilli 819.644 étudiants internationaux, cela constitue 21% des tous les étudiants qui étudient à l'étranger dans le monde entier (Ruiz, 2014). Durant leurs séjours aux pays étrangers, les valeurs non-académiques peuvent également influencer les étudiants et les chercheurs internationaux (Altbach et Peterson, 2008).

L'enseignement supérieur américain est aussi attrayant pour les membres du corps professoral et les chercheurs. L'immigration des personnes hautement qualifiées est un important facteur pour la vie intellectuelle et scientifique aux États-Unis (Altbach et Peterson, 2008).

#### ***2.2.1.2. La Culture Traditionnelle en tant qu'un Moyen du Soft Power***

Généralement le soft power est concerné avec l'attrait culturel. Le soft power est considéré par beaucoup ayant des contributions à la culture mondiale dans des domaines de la gastronomie, de la musique, de la littérature ou de cinéma. Les recherches se focalisent particulièrement sur l'influence culturelle d'un pays sur les autres (Heng, 2014). C'est la raison pour laquelle, les pays font des organisations culturelles à l'étrangers afin d'attirer les autres sociétés.

Dans le but de répandre sa culture, le gouvernement chinois prépare des activités avec les autres pays. Comme par exemple « *l'année de la Chine* » a été lancée

en 2003 en France et en 2007 en Russie pour assurer des échanges culturels avec des autres pays. Dans ce cadre, différentes activités ont été organisées pour propager les marques culturelles chinoises dans les marchés internationaux (Demirtepe et Özertem, 2013).

Avec la globalisation, les festivals et les fêtes nationales gagnent une forme internationale. L'Inde qui est connu comme le pays des festivals, organise des festivals les plus célèbres durant toute l'année. Ces festivals dont les plus connus sont Holi, Dilwali, etc. qui attirent l'attention des différents peuples et sont devenus des activités touristiques attrayantes. Donc ses festivals populaires projettent le soft power de l'Inde (Das, 2013). En outre la Holi qui est devenue un phénomène mondial est célébrée dans plus de 20 pays. Ce festival signifie la paix, l'unité et le bonheur. Donc le plus populaire festival de l'Inde, Holi Festival a inspiré certains organisateurs à travers le monde entier. L'organisation la plus connue c'est « le Festival des couleurs » qui est organisé par *le Holi Concept GmbH*. Avec des initiatives des organisateurs européens, le Festival de Holi, la fête des couleurs est devenue très populaire dans la société internationale et les médias. Cette institution organise le festival dans des différents pays, à des dates différentes. Par exemple en 2014 et en 2015, le festival des couleurs a été fêté en Turquie. (« Dünyan'ın En Renkli Festivali », 2015).

Le soft power de l'Inde remonte dans le passé lointain avec l'expansion des religions indiennes et idées culturelles en Asie du Sud-est. Le Bouddhisme était propagé en Asie centrale et en Asie de l'Est dans la seconde moitié du premier millénaire avant JC. Les grands temples hindous et bouddhistes en Indonésie et au Cambodge sont des exemples évidents (Dhanapalan, 2014). Au cours de sa visite en Thaïlande en Avril 1993, le premier ministre Narasimha Rao a annoncé que l'Inde renoncera à des frais de visa pour les visites des moines en pèlerinage en Inde. L'Inde

a étendu son assistance pour la restauration de certains temples et certains monuments au Cambodge et au Myanmar. Ainsi ces opérations font partie des investissements du soft power de l'Inde en l'Asie de Sud Est (Das, 2013).

La cuisine étant l'un des facteurs subsidiaires, contribue à l'expansion culturelle. La cuisine indienne qui connaît un franc succès dans le monde entier, est une de promoteurs de la culture indienne. Celle-ci est une cuisine très populaire dans les pays étrangers. Actuellement en Angleterre, les restaurants indiens emploient à eux seuls plus de personnes que les secteurs de la sidérurgie, des mines et de la construction navale réunis (« L'Inde et Bollywood », 2008)

Au XX<sup>e</sup> siècle surtout dans les années 1960-1970, la culture mystique de l'Inde a influencé la jeunesse mondiale, vue les hippies, beaucoup ont visité l'Inde et expérimenté la culture indienne. Goa, une ville de l'Inde a attiré les jeunes hippies et a été devenue un centre. Tandis que l'Inde a attiré nombreux jeunes et les opinions publiques, cette attirance n'a pas pu contribuer aux relations internationales de l'Inde.

### ***2.2.1.3. La Culture Populaire en tant qu'un Moyen du Soft Power***

A part la culture traditionnelle, la culture moderne ayant des moyens comme la musique, l'animation, les bandes dessinées, les programmes de télévision, les magazines de mode, les films etc. sont aussi efficace pour attirer la société internationale. Aujourd'hui, la culture populaire, qui met l'accent sur le divertissement de masse, est le facteur le plus efficace pour attirer la jeunesse mondiale.

La puissance culturelle du Royaume-Uni évalue bien la sympathie de la société internationale. La Grande-Bretagne produit des albums de musique très populaire pour la société internationale (Arslan, 2014). Sa culture populaire soutient son soft power.

Les instruments culturels du Japon ont été approuvés par les marchés locaux et culturels de l'Asie. Ces produits constituent une grande partie de la vie culturelle de

nombreux jeunes dans la région (Iwabuchi 2002; Otmazgin, 2012). La culture populaire joue du rôle important pour le soft power du Japon. Alors que le Japon pourrait posséder le plus grand potentiel du soft power en Asie, la plus grande partie des analyses universitaires est focalisée sur ses potentiels culturels et sa diplomatie publique (Heng, 2014). Le succès de la culture populaire du Japon aux pays étrangers depuis les années 1990 et l'acceptation des produits culturels japonais sur le plan mondial tels que l'anime, le manga, la musique pop, et la mode par les jeunes générations, implique les activités réalisées par le secteur privé attirant l'intérêt du gouvernement japonais. A la suite des succès du secteur privé, le gouvernement japonais a commencé à s'intéresser par les avantages économiques de la culture populaire comme un moyen de stimuler l'image du pays à l'étranger et d'atteindre le soft power (Otmazgin, 2012).

Au Japon, les investissements culturels avaient commencé durant les années 1930. Le gouvernement a mené une série d'initiatives culturelles et éducatives dans les pays occidentaux, à titre d'exemples nous pouvons citer : l'ouverture de centres de relations culturelles à Paris, Berlin, New York et Rome ; l'envoi des conférenciers et des artistes japonais à l'étranger et l'invitation des personnalités étrangères au Japon ; les études effectuées sur l'Asie Orientale dans les pays étrangers ; le soutien de la production de films ; de coordination des échanges d'étudiants etc. (Otmazgin, 2012). Ses initiatives ont été interrompues à cause de l'occupation américaine jusqu'en 1952, mais après avoir gagné son indépendance, le gouvernement japonais a fait des investissements sur la promotion de sa culture à des endroits où il pensait que cela pouvait être plus avantageux, en particulier en Amérique du Nord et en Europe. Au XXI<sup>e</sup> siècle, grâce à la connexion entre l'État et les industries culturelles, la culture et les produits culturels ont gagné une valeur économique et diplomatique. En outre la

culture est ainsi devenue un objet de la politique qui est considérée comme gérable par la voie politique au service de la nation. (Otmazgin, 2012).

Actuellement la culture populaire du Japon est plus particulièrement formée par des mangas et des animations japonaises. En 2008 l'un de ses caractères populaires d'anime Hello Kitty, a été proposé comme l'ambassadeur culturel international du Japon. Le Ministère du Tourisme du Japon a nommé Hello Kitty comme son choix pour représenter le pays en Chine et à Hong Kong, où elle est très populaire chez les enfants et les jeunes femmes. L'objectif essentiel du gouvernement japonais était d'attirer les touristes en utilisant cette mascotte nationale (« Hello Kitty Named Japan's Tourism Ambassador », 2008). Environ chaque année 1,5 million de visiteurs viennent du monde entier, pour visiter le Puroland (le parc à thème) donc c'est l'attraction touristique très populaire du Japon (Walker, 2008).

Les divers types d'animation japonais ont été bien reçus sur les marchés occidentaux. De nombreux livres et articles sur les jeux d'animation et vidéo japonais ont été publiés en anglais. Ces développements excitent l'intérêt des opinions publiques vers la culture japonaise (Iwabuchi, 2002).

Les valeurs culturelles de chaque pays montrent une diversité et possède ses particularités. Par exemple au Brésil, le sport, plus particulièrement le football est un facteur très déterminant de sa culture. Le football joue un rôle primordial pour l'image du Brésil dans la société internationale. Le Brésil ayant formé plusieurs footballeurs qui sont des renommés mondiaux, a emporté plusieurs fois les Coupes du Monde et a ainsi influencé l'opinion publique mondiale en acquérant une position attrayante pour les fanatiques du football. Donc au sein de la diplomatie publique, le sport améliore le soft power du Brésil (Almeida, Marchi Júnior et Pike, 2014).



### **2.2.2. L'Utilisation du Media Comme un Moyen du Soft Power**

Le media est considéré comme le meilleur moyen pour accéder à la société internationale et influencer les opinions publiques. Selon l'opinion générale, le media considère qu'il peut jouer un rôle clé dans les politiques nationales et internationales de l'Etat. Il peut en d'autres termes béatifier ou détruire l'image de l'Etat. C'est pour cette raison le rôle du media sera traité dans cette section tout en analysant les chaînes de télévision et de radio publiques et aussi le secteur du cinéma en tant que moyens du soft power.

Les chaînes privées sont autant effectives que les chaînes publiques à travers le soft power de leur pays. Par exemple nous pouvons citer l'exemple du CNN, une chaîne privée des Etats-Unis, jouant un rôle significatif lors de la guerre du Golfe. Les autorités américaines ont utilisé CNN comme un moyen de la diplomatie publique en vue d'influencer l'opinion publique à l'avantage des Etats-Unis. En partant de toutes ces explications, une nouvelle expression « effet CNN »<sup>7</sup> a été apparue comme une théorie de science politique et des études des médias.

Les chaînes privées ne font pas l'objet de cette section même si elles contribuent au soft power de leur pays, les chaînes privées n'ont pas pour but de faire des émissions en faveur de leur pays. Leur objectif essentiel est plutôt d'attirer l'attention des sociétés internationales ou encore d'influencer l'opinion publique internationale puisqu'en générale se sont les chaînes publiques qui font des émissions pour présenter leur pays désirant influencer les sociétés étrangères. Concernant nos explications nous avons choisi quelques exemples dont le Royaume-Uni, les Etats-Unis, la France, la Chine et la Russie que nous évoquerons sous cette section.

---

<sup>7</sup> Cette expression signifie simplement l'influence des médias sur la politique étrangère, notamment sur la décision d'intervenir dans un conflit armé ou suite à une catastrophe naturelle (Jeangene Vilmer, 2011).

### ***2.2.2.1. Le Rôle des Chaînes de Télévision et de Radio***

Au Royaume Uni, le The British Broadcasting Corporation (BBC) World Service est une institution assurant l'avantage du soft power britannique. Donc le gouvernement a reconnu l'importance du soft power dans la politique mondiale et il lui attribue un grand budget afin de promouvoir le soft power du Royaume Uni (The British Broadcasting Corporation, 2016a). Le directeur générale de BBC « Lord Hall » (cité dans Burrell, 2015) souligne l'importance de BBC par ces termes : « Le World Service est l'une des exportations culturelles les plus importantes du Royaume-Uni et une de nos meilleures sources d'influence mondiale ».

Le BBC World Service est le premier radiodiffuseur international au monde, fournissant des rapports d'information et d'analyse en anglais et en 27 autres langues comme le turc, l'espagnol, l'arabe, le perse, le russe, le népal, le tamil etc. (The British Broadcasting Corporation, 2016b).

Le BBC est considéré comme un modèle par les autres gouvernements et presque tous les Etats ont au moins une chaîne publique. L'un des pays qui a pris BBC comme un modèle, ce sont les Etats-Unis. L'avènement de la radio dans les années 1920 a conduit de nombreux gouvernements dans le domaine de la radiodiffusion en langue étrangère. Vers la fin des années 1930, l'administration du Président Roosevelt était convaincue que la sécurité de l'Amérique dépendait de sa capacité de s'adresser et gagner le soutien des citoyens des pays étrangers. Donc « Voice of America (VOA) » une chaîne publique de portée importante avait rapidement augmenté ses émissions au cours de la Seconde Guerre Mondiale. Le but principal de VOA était de promouvoir la démocratie en tant qu'une plus importante valeur américaine et au fil du temps était arrivée à atteindre une diffusion dans 45 langues soit pour plus de 100 millions d'auditeurs dans le monde entier (Nye, 2012). Actuellement VOA offre une

programmation de la diffusion à la radio, à la télévision et à l'internet en dehors des États-Unis, en anglais et en 47 autres langues étrangères (The Voice of America, 2016).

En Chine, l'Agence Xinhua et le China Central Télévision (CCTV) ont été instrumentalisés par le gouvernement chinois afin d'établir une image positive de son pays et d'influencer la société internationale.

Avec l'augmentation de sa capacité médiatique, la Russie a remarqué l'importance du media et de ses organes médiatiques qui fonctionnent dans des différentes zones. En utilisant ses organes du média, la Russie a gagné une zone d'influence plus large (Van Herpen, 2015).

Dans le domaine de media, le réseau de télévision Russia Today (RT), a été créé en 2005. RT est financée par le gouvernement russe et destinée à un public en dehors de la Russie. Selon un sondage d'Ipsos, un institut de sondages et des recherches français, RT est accessible dans plus de 100 pays. Donc actuellement, RT est disponible pour plus de 700 millions de personnes dans plus de 100 pays (Russia Today, 2016). Cependant la chaîne de radio « Voice of Russia » qui est financée par le gouvernement russe, continue ses émissions dans 160 pays en 38 langues étrangères. Voice of Russia peut atteindre plus de 100 millions de personnes (Halidov, 2014).

En France TV5 fondée en 1984 est un instrument médiatique de la francophonie assurant l'attraction de la langue et de la culture française. C'est l'outil fondamental pour la francophonie au regard du média. Il existe des canaux subsidiaires comme TV5 Québec Canada lancé en 1986 et TV5 Monde Afrique lancé en 1992 (Saragosse, 2010). TV5 a une mission d'abord culturelle et puis linguistique (Adda, 2004).

#### ***2.2.2.2. Le Rôle du Cinéma***

Les chaînes de télévision et de radio financées par les gouvernements ne sont pas les seuls instruments médiatiques pour le soft power. Le secteur du cinéma joue

aussi des rôles très particuliers pour attirer le public. Nous pouvons mentionner ci-dessous deux grands secteurs du cinéma dans le monde entier : le premier est le plus connu et le plus préféré c'est le Hollywood et le second c'est Bollywood.

Dès le début du XX<sup>e</sup> siècle, les films d'Hollywood ont pris une place essentielle dans le secteur de cinéma. Durant la Première Guerre Mondiale Président Wilson était prédisposé à considérer les films américains comme un instrument utile de la politique étrangère américaine. Producteurs des films d'Hollywood ont parallèlement vu la promesse des films comme des armes du soft power américain. Président Wilson a souligné l'importance des films américains en ces termes : « le film peut être le système le plus merveilleux pour la diffusion d'une propagande nationale à peu de frais ou à sans frais. »<sup>8</sup> et il avait déclaré dès que les films américains atteignent le public mondial, ils se servent surtout à la présentation des plans et des objectifs de l'Amérique (Fraser, 2008).

En effet, l'influence des films de Hollywood est si puissante depuis XX<sup>e</sup> siècle. Car les peuples dans de nombreux pays considèrent la vie à l'américaine comme une mode de vie. Peu à peu, l'influence des États-Unis a été intériorisée dans l'inconscience de ces peuples, ensuite extériorisée dans leurs comportements et leurs discours. Par exemple, dans les années 1930, de nombreux parents britanniques ont nommé leurs enfants Shirley, Norma ou Gary comme les stars d'Hollywood (Zhen, 2016).

Durant la période de la Guerre Froide, les États-Unis ont bénéficié de l'expansion de sa culture. En 1982, le Président Reagan disait explicitement que la dernière solution à la confrontation américano-soviétique n'a pas été des bombes et des missiles, mais les pensées et les cultures. (Yılmaz, 2012 ; Zhen, 2016).

---

<sup>8</sup>« The motion Picture can be the most wonderful system for spreading national propaganda at little or no cost. »

Concernant l'Inde, le second secteur mondialement le plus connu du cinéma c'est le Bollywood qui est la plus grande industrie cinématographique mondiale qui produisant environ 1.000 films par an et les exportant à travers 70 pays. Sans doute les films de Bollywood constituent le facteur le plus important du soft power de l'Inde (Dhanapalan, 2014). Les films de l'Inde sont très réussis car ils reflètent la culture de l'Inde aux sociétés étrangères. Les charmes des films bollywoodiens touchent aujourd'hui à un public bien plus large que la diaspora indienne, des États-Unis et du Royaume-Uni, ce qui constitue un autre exemple. Selon Shashi Tharoor, un diplomate et écrivain indien, « la vraie force de l'Inde, c'est la *puissance douce* de Bollywood » (« L'Inde et Bollywood », 2008). Donc l'effectivité de Bollywood constitue le facteur culturel primaire attirant les consommateurs et le public au-delà de la population indienne.

A partir de XX<sup>e</sup> siècle, le gouvernement japonais investit aux grandes productions dans le secteur de media. Les productions particulièrement les bandes dessinées, les films d'animations japonaises commencent à attirer les attentions de jeune population et encore les attentions des adultes. Sans doute les animations japonaises contribuent au soft power du Japon. Le consul générale du Japon à Strasbourg avait expliqué l'importance du cinéma d'animation japonais en ces termes :

« Les films d'animation produits par Hayao Miyazaki attirent des centaines de millions de personnes dans le monde. A Samawa en Iraq où les Forces d'Auto-Défense du Japon ont stationné, « Capitane Tsubasa », un dessin animé de football, a été diffusé par la télévision et a amusé de nombreux enfants qui étaient privés de distraction. Dans les grandes villes comme Strasbourg, Paris, New York et Londres, on peut trouver des étalages pleins de Manga - les bandes dessinées japonaises - dans les librairies. En effet, aujourd'hui dans de

nombreux pays, des étudiants veulent étudier la langue japonaise pour lire des Manga en japonais. » (Consulat Général du Japon à Strasbourg, 2016)

### **2.2.3. L'Utilisation des Organisations des Grandes Evénements**

#### **Internationaux Comme Moyens du Soft Power**

Les grandes organisations mondiales, soit sportives soit culturelles ou alors musicales, sont de plus en plus utilisées par les États pour projeter une image au monde entier. Elles sont devenues des facteurs clés du soft power. Ces types d'organisations comme les Jeux Olympiques, le Coupes du Monde, l'Expo, l'Eurovision etc. sont des opportunités pour la contribution au soft power. Parmi les organisations des grands évènements nous avons choisi particulièrement les Jeux d'Olympiques, car cette organisation a un poids pour le milieu international et aussi pour les grandes puissances mondiales.

Les Jeux Olympiques sont des organisations les plus préférées afin de refléter et d'afficher l'image positive d'un pays. Plusieurs pays font beaucoup d'effort et se concurrencent pour héberger les Jeux Olympiques. En 2005, en accueillant le plus important évènement sportif mondial, les « Jeux Olympique d'Eté et des Jeux Paralympiques », la Grande Bretagne s'est réservée la possibilité d'exploiter son soft power. Durant les organisations sportives, le profil britannique qui est reconnu pour être « arrogant, étouffant, démodé et froid » a été redéfini comme un pays « juste, innovant, diversifié, confiant et élégant » (Grix, Brannagan et Houlihan, 2015).

En Août 2008, la Chine a hébergé les Jeux Olympiques de Pékin. Les jeux et les cérémonies étaient bien organisés. Les jeux Olympiques de Pékin ont été exposés étant la plus grande projection du soft power de tous les temps (Paradise, 2009; Giulianotti, 2015). Jacques Rogge, l'ex-président du Comité International Olympique, (cité dans Bristow, 2008; Giulianotti, 2015) a souligné dans son discours lors de la

cérémonie de clôture des Jeux Olympiques, l'importance de ce type d'organisations pour la présentation des Etats par ces termes : « A travers ces Jeux, le monde a beaucoup appris sur la Chine et la Chine a beaucoup appris sur le monde. ».

Les Jeux olympiques d'hiver de 2014 ont été utilisés comme une opportunité de présenter la Russie moderne à la population locale et la communauté internationale. Avec les organisations olympiques, la Russie a voulu montrer que la Russie est comme une grande puissance mais aussi comme un partenaire commercial fiable et une destination touristique de choix (Wolfe, 2015).

Dernièrement pour les jeux Olympiques de 2016, le Brésil a déployé beaucoup d'efforts pour héberger des Jeux Olympiques du 2016. Dans le site d'internet qui est établi pour les jeux olympiques de 2016, le Brésil a exposé de ses valeurs culturelles pour attirer les attentions les gens au Brésil. « Plage de Copacabana, Christ Rédempteur, Pain de Sucre... En route pour les sites olympiques des Jeux Rio 2016, les supporteurs ont pu admirer ces merveilleux paysages et comprendre pourquoi Rio de Janeiro a reçu le titre - plus que mérité - de Ville Merveilleuse. Dans la mosaïque ci-dessous, actualisée régulièrement, vous pouvez connaitre les attractions de chaque quartier et les avis des athlètes qui y sont déjà passés. Soyez les bienvenus! » (Rio 2016, 2016)

A part des organisations mondiales, certaines organisations régionales assurent le renforcement des relations entre les Etats. Comme un exemple, on peut citer avec son ancienne appellation *les Jeux de l'Empire Britannique* et actuellement *les Jeux du Commonwealth*, ont été utilisés comme une autre ressource du soft power pour plus de 80 ans. Cependant, l'importance symbolique des Jeux du Commonwealth augmente pour la Grande-Bretagne et d'autres Etats membres de Commonwealth (Grix,

Brannagan et Houlihan, 2015). Ces types d'organisations régionales assurent la coopération et renforcent les relations entre les Etats au sein du peuple.

#### **2.2.4. Les Institutions Publiques, les Comportements et Attitudes**

##### **Gouvernementaux en tant que Moyens du Soft Power**

C'est selon sa politique gouvernementale menée par un Etat que les instruments du soft power sont dirigés et orientés. C'est pour cette raison que les institutions publiques particulièrement les comportements des hommes politiques seront traités dans cette section. Les institutions publiques des Etats-Unis ont été très souvent l'objet des études des recherches académiques, c'est la raison pour laquelle dans cette section les pays qui seront traités ne seront que la Royaume-Uni, la Russie, le Brésil et le Japon.

##### **2.2.4.1. Les Institutions Publiques**

Au Royaume-Uni, le Foreign and Commonwealth Office (FCO) font la promotion des intérêts du Royaume-Uni à l'étranger par le soutien des citoyens britanniques et des entreprises britanniques sur le plan mondial. Les objectifs principaux du FCO sont la protection de la sécurité nationale du Royaume-Uni en luttant contre le terrorisme, empêchant la prolifération des armes, et en réduisant les conflits; l'augmentation des exportations et de l'investissement, l'ouverture des marchés, en assurant l'accès aux ressources; le soutien aux ressortissants britanniques à travers le monde par des services consulaires (Gouvernement du Royaume-Uni, 2016a)

En outre FCO est le promoteur des principes de droits de l'homme, des valeurs démocratiques et de la primauté du droit dans les pays de Commonwealth et il soutient également le développement durable et le dialogue avec la société civile à travers le Commonwealth (Gouvernement du Royaume-Uni, 2016b).



Pour examiner et rapporter l'utilisation du soft power, la Chambre des Lords a nommé un comité : Le Comité du Soft Power et l'Influence du Royaume-Uni<sup>9</sup> en 2013 (Parlement du Royaume-Uni, 2016). En 2014, ce Comité a publié son premier rapport. Selon ce rapport le gouvernement britannique doit suivre le changement dans la conjoncture mondiale; faire des investissements au BBC, à l'éducation et à l'art; développer de nouvelles approches pour les relations internationales surtout avec des pays de Commonwealth; nouer des liens avec des régions telles que l'Asie et l'Afrique (Parlement du Royaume-Uni, 2014). Après avoir fini ses travaux, le Comité a mis fin à ses fonctions.

Pour la construction d'image positive de la Russie, Poutine a ouvert une nouvelle page dans les relations Russie- Ouest. Lors d'une réunion avec le Secrétaire général de l'OTAN, Lord Robertson, à Moscou, Poutine a commencé en Février 2000 par débloquent les relations avec l'OTAN, qui avaient été suspendues après l'opération de l'OTAN au Kosovo en 1999, (Özertem, 2009).

En Russie, il existe quatre principales organisations pour servir au soft power. La première est la fondation de Russkyi Mir qui a été fondée en 2007. La Fondation détermine son objectif en ces termes: « Les principaux objectifs de la Fondation sont la popularisation de la langue russe qui fait partie du patrimoine national de la Russie et est un élément important de la culture russe et mondiale. Elle soutient également les programmes d'étude de la langue russe en Fédération de Russie et à l'étranger. » (Fondation Russkyi Mir, 2016a). Cette fondation soutient ses activités par les centres russes de la Fondation qui sont créés pour propager la langue et la culture russe à travers les études d'histoire, d'art, de science, etc. à l'étranger (Fondation Russkyi Mir, 2016b).

---

<sup>9</sup> The Committee on Soft Power and the UK's Influence

Le deuxième plus important instrument publique en Russie c'est *l'Agence Fédérale pour la Communauté d'États Indépendants, Compatriotes Vivant à l'Étranger et la Coopération Humanitaire Internationale (Rossotrudnichestvo)*. Il a été créé en 2008 et travaille pour renforcer les politiques du soft power de la Russie (Has, 2013). Rossotrudnichestvo met en œuvre des projets visant à renforcer les relations internationales, la coopération étroite dans le domaine humanitaire et la formation d'une image positive de la Russie à l'étranger. En plus l'agence dispose des opportunités pour l'éducation supérieure en Russie et pour le soutien de la langue russe à l'étranger. Le plus important objectif de cette agence est de rétablir des relations entre la Russie et les ex-républiques soviétiques. Agence organise des visites pour les jeunes étrangers afin de faire connaître la Fédération Russie (Halidov, 2014).

Une autre importante institution du soft power de la Russie est *le Fond A. M. Gortchakov pour la Diplomatie Publique* qui a été créé en 2010 (Kovacik, 2013) par les initiatives de l'ex Président de la Fédération de Russie, Dmitry A. Medvedev. Aujourd'hui ce fond est financé par le Ministère des Affaires Etrangères (Halidov, 2014). La mission du Fond est de promouvoir et développer les activités de la diplomatie publique à travers des programmes culturels, éducatifs et sociaux. La caractéristique le plus important de ce fond est sa coopération avec des organisations non-gouvernementales russes. Comme le Président du Fond Drachevsky a précisé, ce fond a un mécanisme d'un partenariat Etat-société dans la politique étrangère de la Russie. Le président a déterminé ses objectifs en ces termes : « travailler activement sur la réalisation de l'objectif commun: la création d'une image adéquate de la Russie, ainsi que de nos valeurs culturelles nationales pour la communauté mondiale » (The Alexander Gorchakov Public Diplomacy Fund, 2016).

#### ***2.2.4.2. Les Comportements et les Attitudes Gouvernementaux***

A part les institutions publiques, les comportements et les attitudes d'un gouvernement influencent également l'image d'un pays.

Depuis 1997, le gouvernement britannique a travaillé dur pour créer un nouveau climat de confiance avec ses partenaires européens et les pays en voie de développement. Sur le plan politique, Tony Blair a lutté pour effacer les erreurs de la politique étrangère de Margaret Thatcher. Il a pris en compte la vision de la communauté internationale, invité Nelson Mandela à la Chambre des Communes et envoyé de l'aide humanitaire rapides au Kosovo et à Sierra Leone. Ses gestes ont été accueillis et acceptés favorablement par ses partenaires et la société internationale (Leonard, Small et Rose, 2005).

Les comportements et des activités des gouvernements ont aussi des influences sur la formation des opinions publiques. Par exemple le Japon a gagné une image positive sur le milieu international avec ses approches pacifistes et avec ses respects aux droits de l'homme. Le Japon a également favorisé les relations et les valeurs humaines. En outre ses politiques écologiques, ses technologies développées, ses marques internationales qu'il a créés, ses activités pour lutter contre le changement climatique et l'environnemental, ainsi que la culture populaire japonaise tous contribuent au soft power du Japon.

En 2009, les politiciens japonais ont déterminé certaines stratégies en résolvant des problèmes de la communauté internationale afin de renforcer la position du Japon sur le milieu international. Par exemple, l'ex-premier ministre Aso a donné l'importance aux problèmes environnementaux. Il a souligné que le réchauffement climatique est le plus grand défi du XXI<sup>e</sup> siècle et le Japon devrait être le leader mondial pour les mesures écologiques. L'ancien directeur général de Ministre des Affaires

Etrangères pour la Diplomatie Publique Monji Kenjiro, accentue que le Japon peut saisir une chance d'améliorer son soft power en résolvant les problèmes globaux comme des maladies infectieuses; le changement climatique; des sociétés vieillissantes; et l'effondrement économique. Donc selon les dirigeants japonais le plus important potentiel du soft power du Japon est le leadership du Japon dans l'area international. Le Japon désire une nouvelle identité comme un dépanneur sur le changement climatique. En 2010, 69% des américains considéraient le Japon comme un acteur mondial jouant un rôle significatif important sur le changement climatique (Heng, 2014). C'est-à-dire avec ses initiatives sur le changement climatique, le Japon a attiré l'attention de la société internationale et est devenu un acteur important pour les opinions publiques. La politique japonaise du soft power a réussi.

Comme le Japon, le Brésil essaye de maintenir des relations largement pacifiques avec les pays limitrophes (Dauvergne et Farias, 2012). Donc dans les affaires internationales selon ses comportements et attitudes politiques, on peut le considérer comme un pays pacifiste.

Ses activités dans de différents domaines, telles que les négociations concernant le changement climatique ; la libéralisation du commerce ; la politique énergétique ; la non-prolifération des armes nucléaires et les activités diplomatiques liées à la santé, le Brésil veut prouver ainsi son leadership et son efficacité du soft power.

En 2003, il a contribué à la Convention Cadre de l'Organisation Mondiale de la Santé pour la Lutte Antitabac (WHO Framework Convention on Tobacco Control (FCTC)). Le rôle influent dans la négociation de la FCTC, peut être considéré comme un exemple de la façon dont la santé mondiale est devenue le centre de son soft power (Lee, Chagas et Novotny, 2010). Le Brésil est également l'un des sept pays signataires de la Déclaration Ministérielle d'Oslo de 2007 sur la santé mondiale et il fait un effort

pour réunir la santé et agendas diplomatiques (Dauvergne et Farias, 2012). Dans le cadre de la santé, le Brésil a engagé des démarches afin de devenir un pays majeur sur le plan régional et global.

Dans le domaine de l'environnement, le Brésil, étant un pays en voie de développement, veut se donner une image plus écologique. Sur le changement climatique et environnemental, le Brésil oriente ses politiques autour de la notion de développement. Il commence à accorder l'importance aux énergies renouvelables. En 2008 sur son plan national, le Brésil avait exprimé son souhait de montrer une attitude plus active concernant les défis mondiaux, tels que la dégradation de l'environnement, le changement climatique et la sécurité énergétique. Le Brésil a décidé d'utiliser ses ressources renouvelables et propres telles que les biocarburants, en partageant les avantages avec d'autres pays (Bry, 2015). Depuis le début des années 2000, il a promu l'utilisation mondiale des biocarburants (notamment l'éthanol). En utilisant les biocarburants, Brésil veut diminuer les problèmes majeurs mondiaux notamment la sécurité énergétique, le changement climatique, la faim et la pauvreté (Dauvergne et Farias, 2012).

#### **2.2.5. Utilisation des Investissements et des Assurances Extérieures en tant que Soft Power**

Les investissements à l'étranger constituent un autre moyen de soft power formant un pont entre différentes sociétés et de développer les relations au niveau du peuple. Grâce à ces potentiels, plusieurs pays développés comme la France ou en voie de développement comme le Brésil, la Chine, l'Inde etc. choisissent le continent de l'Afrique pour leurs investissements extérieurs. Donc ces pays font l'objet de cette section car ils utilisent les aides extérieures, plutôt pour des aides humanitaires et des

investissements, non seulement pour établir des relations commerciales mais particulièrement des relations amicales.

Par exemple depuis des années 1960, le Brésil oriente ses investissements vers l'Afrique. Il développe et renforce ses relations économiques et sociales avec des pays africains. L'ex-président Lula a précisé que le Brésil a des liens avec le continent africain, ainsi il a développé des relations entre le Brésil et les pays africains et a créé des coopérations techniques et économiques en faisant des investissements (De Freitas Barbosa, Narciso et Biancalana, 2009).

L'Afrique occupe aussi une place importante dans les politiques extérieures de la Chine. Le gouvernement chinois a effectué des investissements économiques en Afrique. A côté de ses investissements et de ses assistances humanitaires, la Chine supporte son existence en Afrique. Durant les années 2000, la Chine a envoyé plus de 15.000 médecins aux 47 différents pays africains afin de guérir les maladies. Uniquement au cours de ces quarante dernières années, plus de 2.000 spécialistes chinois dans le domaine médicale ont été expédiés à Yémen pour remédier aux yéménites (Zheng, 2009 ; Demirtepe et Özertem, 2013).

L'Inde est aussi un pays qui développe ses relations avec les pays africains. Au-delà de ses relations traditionnelles au sein du Commonwealth, il fait des efforts pour sécuriser l'accès aux ressources naturelles en vue d'utiliser ses objectifs stratégiques. Grâce à ses entreprises publiques, l'Inde a considérablement augmenté des importations de pétrole en provenance des pays africains comme le Soudan du Sud, où l'Inde avait nommé son envoyé spécial pour négocier un accord de paix avec Khartoum. Au cours du Sommet du Forum Afrique-Inde en 2011, l'Inde a promis 5 milliards de dollars d'aide à l'Afrique sous forme des prêts concessionnels. En outre, il a promis 700 millions de dollars pour aider à établir de nouvelles institutions et des programmes de

formation en consultation avec l'Union Africaine et de 300 millions de dollars pour la ligne de chemin de fer Éthiopie-Djibouti. Il a également promis 10.000 nouvelles bourses d'études pour l'Université Virtuelle Inde-Afrique, 2.500 places de formation dans le cadre du programme de la Coopération Technique et Economique Indienne (ITEC- the Indian Technical and Economic Cooperation) et 22.000 bourses pour étudier en Inde au cours des trois prochaines années. En outre, il a annoncé la mise en place d'un Conseil des affaires Inde-Afrique, et d'autres programmes mineurs tels que les échanges culturels et artisanaux soutenus par le gouvernement. (Mullen et Ganguly, 2012).

Les investissements des pays au continent africain ne sont pas uniquement le seul but de gagner la sympathie du peuple africain car ceci désirent plutôt d'affirmer leur présence dans cette région pour avoir bénéficié des avantages et des potentielles de la production agricole, des services dynamiques, de main d'œuvre, de production pétrolière et minière de l'Afrique. Au sein de la conférence pour « *Libérer le potentiel de l'Afrique en tant que pôle de croissance mondiale* » Abdoulie Janneh (Secrétaire général adjoint de l'ONU et Secrétaire exécutif de la Commission économique pour l'Afrique) et Jean Ping (le Président de la Commission de l'Union Africaine) (2012) ont exprimé l'importance des potentiels de l'Afrique en ces termes:

« En raison de ce regain de croissance, l'Afrique est de plus en plus reconnue comme un marché émergent et un pôle potentiel de croissance mondiale. En effet, un consensus de plus en plus large se dégage sur le fait que l'Afrique est sur le point d'opérer son décollage économique et qu'elle pourrait devenir un pôle de croissance mondiale. Cette conviction se fonde essentiellement sur certains facteurs : les ressources naturelles inexploitées de l'Afrique, qui fournissent un potentiel d'investissement considérable ; la croissance

démographique régulière du continent, qui, si elle est proprement gérée, pourrait générer des rendements positifs ; le développement de la classe moyenne et le marché régional inexploité ; les taux élevés de croissance économique ; l'amélioration de l'environnement macro-économique global; des réformes institutionnelles stratégiques opportunes ainsi que l'amélioration de la gouvernance dans bon nombre de pays africains ; l'amélioration du climat des affaires dans plusieurs pays africains et l'augmentation de l'IDE<sup>10</sup> ces dernières années. »

Donc les principales raisons de leurs investissements ne sont pas pour développer les pays africains en nouant des liens et des relations économiques, politiques et sociales, c'est aussi pour sauvegarder leurs propres intérêts.

Les assistances humanitaires, sanitaires jouent des rôles efficaces pour contribuer à l'image d'un pays et à améliorer le soft power d'un pays. A plusieurs reprises des aides humanitaires ont été réalisées par des armées. Surtout durant la période des catastrophes naturelles, les pays chargent leurs armées pour l'assistance humanitaire.

A la suite des conférences de St. Petersburg et selon la Résolution 1386 de l'ONU, adoptée en 2001 par le Conseil de sécurité sur la situation en Afghanistan, le parlement allemand a décidé d'envoyer 1.200 soldats à Kaboul pour protéger le gouvernement afghan et les habitants de Kaboul. Depuis leur arrivée au printemps 2002, les forces militaires d'Allemagne ont suivi une politique de « agiter la main et sourire »<sup>11</sup>. L'armée allemande a fondé deux stations de radio diffusant 24/24 heures dans les langues locales d'Afghanistan soit en dari et en pachtou. Le but de l'émission

---

<sup>10</sup> Integrated Development Environment en anglais et le Developpement Intégré de l'Environnement en français.

<sup>11</sup> "Wave and smile"



de la radio était d'informer le peuple afghan que l'armée allemande était venue pour les aider et que l'armée n'avait pas le but d'occuper leur pays. Jusqu'en 2007, l'armée allemande a mené plus de 316 projets à Kaboul afin de supprimer les problèmes et de fournir les besoins du peuple afghan. L'armée a fondé par exemple une école des filles pour les cours d'arts et aussi a construit et a restauré des ponts. (Klabunde, 2009) Effectivement, l'approche allemande peut être considérée comme une utilisation des forces militaires dans le cadre du soft power et un exemple de diplomatie culturelle. Grâce aux activités de l'armée Allemande le dialogue et la confiance ont été établis entre les deux nations.

Etant l'un des cinq membres permanents du Conseil de sécurité de l'ONU, la Chine a contribué aux troupes de maintien de la paix des Nations Unies. Au Libéria seulement, il existe 600 policiers chinois au service des troupes de maintien de la paix des Nations Unies. Outre la mission de maintien de la paix des Nations Unies, la police chinoise aide volontairement au peuple libérien (Wang, 2008). Donc la police chinoise contribue à l'amélioration de l'image chinoise en utilisant son soft power par des forces militaires.

Selon l'expression officielle du *Comité d'Aide au Développement de l'Association Internationale de Développement(AID)* des NU, l'Inde avait selon ses traditions versées en 2011 plus de 1,5 milliard de dollars d'aide à l'étranger (Mullen et Ganguly, 2012). L'Inde utilise efficacement son armée comme un instrument du soft power dans le cadre des aides humanitaires. Suite à des grandes catastrophes naturelles comme le tsunami, le tremblement de terre etc. l'armée indienne a été chargée de porter une assistance à ses voisins. Par exemple au cours du tsunami en 2004 à l'Océan Indien, après le tremblement de terre en 2006 au centre de l'Indonésie et après le cyclone Nargis

en 2008 en Myanmar, ses forces navales ont été déployées pour les opérations de l'aide humanitaire (Das, 2013).

Dans le domaine de la santé, au cours des dernières années, le Brésil a mis en place de nombreux accords de coopération technique liés à la santé avec les pays en développement. Il partage les politiques et les pratiques grâce à des campagnes de santé publique. Il lutte contre les maladies tropicales et épidémiologiques (Dauvergne et Farias, 2012). En plus le Brésil fait des coopérations avec des organisations internationales parallèlement à ses objectifs des politiques étrangères.

#### **2.2.6. L'utilisation de la Science et de la Technologie Comme Moyens du Soft Power**

Alors que la plupart de l'utilisation du soft power et de la diplomatie culturelle sont réalisés par des moyens étatiques, la science et la technologie occupent aussi une place importante pour le soft power d'un pays. Les développements technologiques attirent la société internationale. C'est pourquoi certains pays font évidemment des investissements à la technologie et à la science pour leurs intérêts nationaux.

Le plus important pays développé dans les domaines de la science et de la technologie est évidemment les Etats-Unis. Les plus grandes institutions scientifiques mondiales comme NASA, constituent une partie des instruments du soft power américain. Les universités et les centres de recherches comme l'Institut de Technologie de Massachusetts (MIT), l'Université de Californie à Los Angeles (UCLA), l'Université John Hopkins, National Institut of Health (NIH), l'Institut de Technologie de Californie (Caltech) etc. sont des institutions les plus connues dans le domaine de la science. Dans ces institutions plusieurs étudiants et des scientifiques possèdent la chance des faire des recherches.

La science et la technologie sont des essentiels concepts pour le soft power du Japon car le Japon est l'un de premiers grands pays ayant pris en compte les progrès technologiques contemporains. Il exploite et contribue pleinement aux grandes avancées technologiques et scientifiques. Les Japonais sont extraordinairement créatifs dans les recherches et dans l'utilisation des technologies modernes. Les japonais sont développés particulièrement dans la technologie et la recherche dans le secteur de textile, du fer et d'acier, des équipements électroniques et de communication, des automobiles, de construction navale et aéronautique et des produits pharmaceutiques (Odagiri et Gotō, 1996). Il est incontestable que les capacités scientifiques et technologiques du Japon ont apporté une contribution majeure aux réseaux d'eau potable et d'égouts ; au développement des ports ; à la préservation des biens culturels et à la lutte contre les maladies infectieuses, en Asie et en Afrique (Yakushiji, 2009).

L'Inde étant un pays en voie de développement, ayant un poids important dans le secteur de la technologie et de l'informatique. Avec ses activités dans ces secteurs et grâce à son personnel qualifié, l'Inde gagne le respect mérité. Les ingénieurs et les informaticiens indiens sont devenus le synonyme d'excellence en mathématiques et en science (« L'Inde et Bollywood », 2008).

Grâce au développement scientifique et technologique, plusieurs grandes marques offrent des produits au marché global. Certains d'entre elles sont devenues de grandes marques qui dominent le marché mondial. D'autant plus qu'avec leurs puissances attrayantes elles commencent à jouer un rôle considérable et complémentaire pour le soft power de leur pays. Par exemple à notre époque où les firmes américaines comme Microsoft et Apple dans les domaines de la communication et de l'informatique ont un poids sur le plan mondial. Ces institutions sont devenues les marques les plus préférées du secteur d'informatique et de la communication. A part

les firmes technologiques, les marques comme Mc Donald's, Coca-Cola sont aussi des autres acteurs du soft power américain (Nye, 2005). Ces marques sont également qui sont parmi les plus connues du secteur alimentaire dominant le marché global.

L'Allemagne a été largement respectée avec l'efficacité de ses ingénieurs civils et de sa technologie de haute qualité (« Nation Branding "Made in Germany" », 2012). Les produits sous l'étiquette de «made in Germany » reflètent une qualité dans la société internationale. En Allemagne les grandes marques allemandes comme BMW, Mercedes, Audi, Bosh, Siemens, Nivea, Adidas, Puma, Porsche sont devenues des grandes marques mondiales. Ces marques reflètent « la qualité » des biens allemands. Ainsi ces marques allemandes sont les plus préférées par la société internationale, particulièrement par les pays de BRICS qui les préfèrent d'avantage par rapport aux marques américaines et japonaises. (Felknerová, 2014) Donc ces marques contribuent au perfectionnement de l'image allemande et suscite une vive sympathie vers l'Allemagne.

La France possède le TGV, le Renault et l'Airbus comme des marques de la technologie dans le domaine ferroviaire, routier et aérien et elle domine aussi la technologie nucléaire. A part des firmes de technologie, France a des marques célèbres dans les différents secteurs. Par exemple dans le secteur de mode, les marques françaises comme Louis Vuitton, Yves Saint Laurent, Christian Dior etc. sont des marques les plus connues du marché mondial de produit luxes (Ollins, 2005). En outre sa technologie développée et ses laboratoires pour les recherches scientifiques dans le secteur cosmétique et aussi ses entreprises célèbres dans ce secteur comme l'Oréal, Clarins, Caudalie etc. tous reflètent la qualité française et contribuent à l'image de France.

En supplément de ces points communs, les pays possèdent des acteurs particuliers pour leur politique de soft power. Par exemple on peut citer le Royaume-Uni ayant une société civile très forte. La société civile britannique est extrêmement diversifiée en comprenant par une série d'organisations de bienfaisance, les organisations non gouvernementales et la communauté religieuse, et aussi par les institutions culturelles et même des syndicats. Les plus importantes organisations non gouvernementales du monde comme *Amnesty International*, *Oxfam* ou *Save the Children*, sont basées au Royaume-Uni et font partie intégrante du soft power britannique (McClory, 2015).

Dans cette partie nous ajouterons d'autres exemples marquant le soft power de certains Etats européens comme l'Espagne, l'Italie et les pays scandinaves. Le soft power de ces deux pays est notamment effectif dans le domaine de la langue, de la culture et du tourisme. En tant que le pays de pizza, des marques important de mode, des monuments historiques et modernes et avec l'influence de l'histoire et de l'art, la culture italienne attire l'attention dans les sociétés étrangères. Dans le domaine de tourisme, l'Italie est un très important point. Selon les annuaires des statistiques sur le tourisme de l'Organisation Mondiale du Tourisme, l'Italie est le quatrième pays le plus touristique après la France, les Etats-Unis et l'Espagne (La Banque Mondiale, 2016).

Quant à l'Espagne, il est un pays majeur du soft power en Europe. Puisque l'Espagne était l'un des pays colonial très important du XV<sup>e</sup> à XIX<sup>e</sup> siècle, l'utilisation de langue espagnole lui assure sûrement un grand avantage à travers sa politique du soft power. Donc actuellement l'espagnol est la deuxième langue la plus parlée du monde et troisième pays le plus visité par des touristes.

Les pays scandinaves - Norvège, Suède, Finlande et aussi Danemark – sont des autres exemples les plus marquants à travers leur image et leur soft power sur le plan

mondial. Alors que leurs langues ne sont pas propagées dans les sociétés étrangères, le niveau élevé de vie, la prospérité dans la société, l'économie développée, le respect sur les droits de l'homme et l'exécution des principes de la démocratie sont des facteurs parmi d'autres influençant les autres sociétés et attirant les étrangers.

Avant de conclure cette section il nous faut avouer que malgré tous les efforts d'un Etat pour la politique du soft power, certaines situations dans les politiques intérieures peuvent détériorer aussi l'image et le soft power d'un pays.

Par exemple la Chine est un pays en voie de développement. Ces ressources économiques et ses investissements dans les autres pays fournissent la crédibilité de Chine sur la scène internationale. Mais des pressions appliquées à des minorités sur son territoire, plus particulièrement dans la région de Xinhuang et au Tibet, lui attribuent une mauvaise réputation sur le respect des droits de l'homme, les politiques anti-démocratiques pendant *le mouvement de l'Occupy Central*<sup>12</sup> diminuent la crédibilité de la Chine dans la société internationale. Les politiques autoritaires chinoises détériorent sa politique du soft power et elle s'éloigne de son objectif de devenir un Etat leader et de créer un nouvel ordre global selon ses intérêts.

Les efforts déployés par l'Inde à étendre son soft power ont atteint un succès limité (Mukherje, 2014). Alors que l'Inde retient plusieurs facteurs pour améliorer son soft power ; les conflits ethniques et religieux et la pauvreté secouent son image positive. Donc les ressources du soft power de l'Inde restent insuffisantes pour ses relations interétatiques.

---

<sup>12</sup> Le mouvement de l'Occupy Centrale peut être aussi appelé *le mouvement d'umbrella*. Vers la fin de l'année 2012, Benny Tai, le professeur de droit de l'Université de Hong Kong, a commencé le mouvement Occupy Central. De nombreux étudiants ont participé à ce mouvement. Ils ont protesté les décisions du gouvernement chinois pour les élections de 2017. Les manifestants ont commencé à faire la campagne pour la démocratie à Hong Kong. Pendant les manifestations, la police a recouru à la violence et a utilisé du gaz lacrymogène contre les manifestants. (Chan, 2014)

Un autre exemple que nous pouvons citer c'est malgré à toutes ses activités du soft power la Russie est d'avantage un hard power que soft power. Les conflits menés contre les tchéchènes, les conflits en Géorgie et en Ukraine, les opérations contre les oligarques russes, dégradent l'image de la Russie (Halidov, 2014).

X X X X X X X X X X

Donc sur le plan international, ni les politiques extérieures menées, ni les investissements étrangers réalisés, ni l'image qu'un pays, ne suffisent pour marquer la politique du soft power d'un pays. Le gouvernement tout d'abord doit suffisamment refléter la prospérité dans ses affaires intérieures.

Nous venons d'aborder dans cette Première Partie particulièrement les instruments du Soft Power utilisés par différents Etats. Notre objectif en partant de ces explications qui démontrent le cas de différents Etats est de pouvoir introduire et aussi d'expliquer le cas de la Turquie comparée aux autres puissances.

Ainsi dans la Seconde Partie, la Turquie sera expliquée avec ses instruments étatiques et non étatiques qui contribuent à son soft power.

### 3. LES ACTEURS DU SOFT POWER DE LA TURQUIE

Tandis que le terme du soft power est apparu et utilisé dans la vie politique turque depuis la dernière décennie, nous pouvons prétendre d'une manière ou d'une autre l'utilisation des politiques du soft power existaient voire depuis la période de l'Empire ottoman.

Durant la période de l'Empire ottoman si nous raisonnons selon la terminologie de notre période, les instruments du soft power de l'époque ont facilité la politique de l'Empire ottoman. Notamment pendant du XIII<sup>e</sup> au XVI<sup>e</sup> siècle où des conquêtes des nouveaux territoires, étaient intensifiées, les soft politiques de l'Empire ont constitué un avantage. Le hard power de l'Empire Ottoman, particulièrement la puissance militaire de l'Empire, était un facteur primordial pour les conquêtes. Mais pour assurer la domination dans les nouveaux territoires, le soft power de l'Empire jouaient aussi un rôle effectif. Le soft power de l'Empire ottoman de l'époque consistait par exemple en la tolérance au peuple vivant sur les territoires conquis et non-discrimination entre les religions ou des races. C'étaient des facteurs qui contribuaient à la politique de l'Empire ottoman et ceux-ci ont constitué l'exemple de l'utilisation du soft power de l'Empire ottoman. Comme dans les cas de l'Empire britannique et l'Empire Romain, ce type de soft politique a attiré les peuples des territoires vaincus et la majorité du temps l'Empire ottoman n'a pas fait recours à des politiques coercitives. Donc l'Empire ottoman a d'abord utilisé son hard power dans les territoires conquis, ensuite il a utilisé son soft power pour maintenir ses frontières et pour séduire les peuples vaincus.

La tolérance appliquée par l'Empire ottoman n'était pas particulièrement spécifique aux territoires conquis. L'Empire Ottoman avait toujours ouvert ses portes aux qui ont préféré de migrer vers ses territoires. Nous pouvons mentionner le cas des juifs expulsés d'Espagne de XV<sup>e</sup> siècle qui sont considérés l'un des plus importants



groupes des réfugiés de cette époque (Demir, 2012). La plupart des juifs d'Espagne forcés de quitter l'Espagne, ont émigré à l'Empire ottoman en 1492 sous le contrôle du Sultan Bayazid II (1481-1512) (Çoban, 2009).

Lors des premières années de la création de la République, la Turquie n'était pas effective à travers la diplomatie publique à cause des problèmes internes et de nouveaux besoins de la jeune république. Quand même nous pouvons citer l'accueil des académiciens étant forcé de quitter l'Allemagne nazie comme un exemple de tolérance qui soutient l'image de la Turquie.

Les politiques menées concernant la participation de Hatay à la Turquie en 1939, sont aussi comme un exemple de l'utilisation du soft power. Entre les années 1938 à 1939 Hatay fut l'exemple d'un Etat qui a duré un an. La Turquie avait bien utilisé les initiatives culturelles pour protéger ses liens avec la population turques du Hatay. Par exemple nous pouvons citer l'insistance de la Turquie sur l'utilisation de langue turque à Hatay et ensuite la langue turque était acceptée comme la langue officielle de l'Etat du Hatay. En conclusion de ses efforts, pendant le referendum de 1939, Hatay s'était officiellement rattaché à la Turquie (Çamır, 2009)

Sous la gouvernance du Parti de la Justice et du Développement, le soft power avait trouvé une place dans la politique étrangère de la Turquie. Le comportement des hommes politiques, les visites diplomatiques aux pays étrangers, les institutions créées etc. sont des évidences d'accroissement des efforts du gouvernement turc à travers le soft power. Depuis l'an 2002 la Turquie a adopté innombrables mesures pour restructurer la politique étrangère et la politique économique de la Turquie. C'était principalement pour répondre aux critères de l'UE ; l'AKP a également essayé d'améliorer l'image de la Turquie sur le milieu international en prenant les initiatives courageuses dans les différentes régions (Özkan et Akgün, 2010).

Dans les pages qui suivront le premier chapitre est réservé aux acteurs étatiques dans les domaines culturels et éducatifs et aux acteurs attaché au Cabinet du Premier Ministre contribuant au soft power de la Turquie et qui sont l'Institut Yunus Emre, la Présidence des Turcs de l'Etranger et des Communautés Affiliées et la Radio et la Télévision Turque, l'Agence Turque pour la Coopération et la Coordination et le Bureau de la Diplomatie Publique. Dans le second chapitre nous traiterons les acteurs non étatiques, que nous avons sélectionnés en les considérant comme les plus marquants en tant qu'exemples contribuant au soft power de la Turquie. Les acteurs non étatiques couvriront les séries télévisées turques, la Fondation pour la Promotion de la Turquie, l'Association des Hommes des Affaires et des Industriels Turcs, l'Union des Chambres et des Bourses de Turquie et la Compagnie Aérienne Nationale (Turkish Airlines), le Croissant Rouge Turc, la Fondation pour des Droits de l'Homme et des Libertés et de l'Aide Humanitaire et l'Association pour la Recherche et la Sauvetage.

### **3.1. Les Acteurs Etatiques Contribuant aux Soft Power de la Turquie**

En Turquie, il existe plusieurs institutions publiques exerçant des services en faveur du soft power. Nous pouvons énumérer plusieurs institutions telles que le Ministère des Affaires Etrangères, le Ministère de l'Education Nationale, le Ministère de la Santé, la Présidence des Affaires Religieuses, l'Agence Turque pour la Coopération et la Coordination, le Bureau de la Diplomatie Publique, l'Institut Yunus Emre, la Radio et la Télévision Turque, la Présidence des Turcs de l'Etranger et des Communautés Affiliées, l'Agence Anadolu etc.

Les acteurs étatiques qui seront étudiés sont des différents moyens dans les domaines culturels et éducatifs (l'Institut Yunus Emre, la Présidence des Turcs de l'Etranger et des Communautés Affiliées et la Radio et la Télévision Turque) et les acteurs attachés au Premier Ministre (l'Agence Turque pour la Coopération et la

Coordination et le Bureau de la Diplomatie Publique) que nous avons jugé néanmoins pour être traités. Car ces exemples sont des éléments et moyens qui marquent le soft power de la Turquie.

### **3.1.1. Les Acteurs Culturels et Educatifs**

L'éducation est l'un de domaine très attrayant pour les sociétés étrangères à travers leurs politiques du soft power. Les opportunités et aussi des qualités des institutions de l'enseignement d'un pays sont des acteurs majeurs pour le soft politique.

A partir de la dislocation de l'URSS en 1990, les opportunités des bourses offertes aux étudiants étrangers par la Turquie, notamment dans les régions affiliées<sup>13</sup> comme l'Asie centrale et les Balkans avec lesquelles la Turquie avait partagé une histoire commune, font attirer les intérêts des jeunes populations étrangères et contribuent son soft power.

Afin d'attirer les jeunes de ces régions, en 1992, le Ministère de l'Education Nationale a mis en œuvre un projet qui ciblait les étudiants, c'est *le Grand Projet Pour les Etudiants*<sup>14</sup>. Dans le cadre de ce projet, de 1990 à 2012, la Turquie avait accueilli de nombreux étudiants des pays étrangers et des pays affiliés. Conformément à ces évolutions, la Turquie avait développé des coopérations économiques, culturelles et scientifiques. A partir de la mise en service de *Türkiye Bursları* (les Bourses de la Turquie) en 2012, instance coordonné par la *Présidence des Turcs de l'Etranger et des Communautés Affiliées*, *le Grand Projet Pour les Etudiants* avait terminé ses activités (Kaya, 2014).

Actuellement pour propager la culture et la langue turque vers la société internationale, il existe principalement trois institutions étatiques qui sont l'Institut

---

<sup>13</sup> Ce qu'on entend par régions affiliés c'est l'Asie centrale, le Moyen Orient, l'Afrique du Nord et les Balkans avec lesquelles la Turquie avait des liens historiques et culturelles.

<sup>14</sup> Le titre de ce projet en turc est « *Büyük Öğrenci Projesi* ».

Yunus Emre ; la Présidence des Turcs de l'Étranger et des Communautés Affiliées ; dans le domaine de media c'est la Radio et la Télévision Turque. Sous cette section nous analyserons la fondation de ces missions et le fonctionnement de ces trois institutions étatiques fondamentales.

### ***3.1.1.1. L'Institut Yunus Emre (Yunus Emre Enstitüsü)***

La contribution de l'expansion de la langue pour le soft power a été mentionnée dans la première partie de cette thèse. Pour propager leur langue, les États ont créé des centres culturels publics dans les pays étrangers. La première institution publique de cours de langue créé à l'étranger c'est l'Alliance Française qui avait vu le jour en 1883. L'Alliance Française était suivie en 1934 par la création du British Council, par la suite l'institut de Goethe en 1951 et l'Institut Confucius en 2004 ont vu le jour.

Dans le cas de la Turquie, la première institution publique pour promouvoir la langue et la culture turque c'est la Fondation Yunus Emre qui a été fondée le 5 mai 2007 (Yunus Emre Enstitüsü, 2016a).

L'objectif de cette institution est de promouvoir aussi bien la Turquie que la langue, l'histoire, la culture et l'art turc. La fondation offre les informations et les documents disponibles et fournit des services à l'étranger pour les personnes désirant connaître la langue, la culture et l'art turc, dans le but d'améliorer les relations amicales avec la Turquie et d'accroître les échanges culturels (Yunus Emre Enstitüsü, 2016b)

L'Institut Yunus Emre affilié à la Fondation Yunus Emre et ses centres culturels à l'étranger, mènent des études et des activités pour l'enseignement de la langue, de la culture et de l'art turc, soutiennent aussi des recherches scientifiques.

L'Institut Yunus Emre avait commencé à fonctionner en 2009 et actuellement se trouve atteindre 44 centres culturels dont 13 centres en Europe ; 12 centres dans les

Balkan ; 7 centres en Asie et Extrême-Orient ; 12 centres au Moyen Orient et en Afrique (Yunus Emre Enstitüsü, 2016a).

A part l'enseignement de la langue turque assuré par les centres culturels, l'Institut noue des liens avec les départements de turcologie de l'enseignement supérieur des différents établissements d'enseignement secondaire des différents pays. Puisque le but essentiel de l'Institut est de propager la langue turque et de devenir le centre principal dans l'enseignement de la langue turque, il organise des activités afin de promouvoir la culture et l'art turc. Ainsi la Turquie se trouve représentée à travers des événements nationaux ou internationaux.

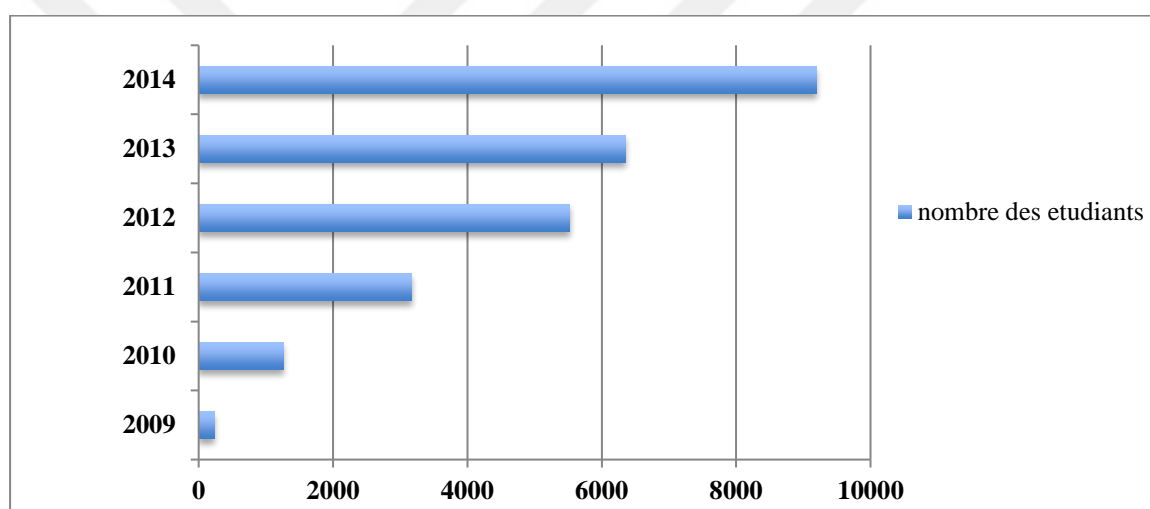


Figure 1. Selon les Années le nombre des étudiants inscrits dans ses centres

*Note* : Repéré à Yunus Emre Enstitüsü, 2016c.

Selon le schéma ci-dessus, nous pouvons noter que depuis sa création le nombre des étudiants inscrits dans ses centres s'accroissent. En 2009, 235 étudiants ont été enregistrés aux centres ; en 2010, 1.260 étudiants ; en 2011, 3.169 étudiants ; en 2012, 5.523 étudiants ; en 2013, 6.349 étudiants et en 2014, 9.200 étudiants ont tous préféré les centres de Yunus Emre pour apprendre la langue, la culture et l'art turc.

### ***3.1.1.2. La Présidence des Turcs de l'Etranger et des Communautés***

#### ***Affiliées (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları Başkanlığı-YTB)***

La Présidence des Turcs de l'Etranger et des Communautés Affiliées créée le 6 avril 2010, est une institution publique attachée au Cabinet du Premier Ministre. Cette institution présente ses missions par ces termes: « Elle a pour fonction de coordonner et développer les actions touchant aux citoyens turcs de l'étranger, aux communautés affiliées et aux étudiants internationaux boursiers de la Turquie. » (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016a)

La Présidence des Turcs de l'Etranger et des Communautés Affiliées ou YTB, consolide les liens avec les citoyens turcs de l'étranger mais aussi avec les communautés affiliées grâce aux travaux qu'elle mène dans les domaines économique et socio-culturel.

Cette institution offre des services pour les citoyens turcs vivant à l'étranger mais aussi pour les étrangers désirant effectuer des séjours en Turquie. Ainsi l'institut fournit des services de la formation et des programmes culturels et sociaux qui peuvent être cités comme les services destinés aux citoyens turcs vivant à l'étranger. Par contre les activités culturelles, les programmes relatifs à la jeunesse sont des services destinés aux communautés affiliées.

Ci-dessous se trouvent les explications relatives aux activités de YTB suivant les expressions utilisées dans son web site.

#### **Les travaux relatifs à la citoyenneté :**

YTB déploie des efforts pour lutter contre la discrimination que les citoyens turcs s'affrontent dans les pays d'accueil : les actes commises contre la liberté de la religion et de la conviction ; les actes de la violation contre des droits et libertés dûs à

la xénophobie, la marginalisation et l'exclusion. Dans ce cadre, ses efforts concernent la lutte contre la discrimination, la xénophobie, les actions et les discours de haine prononcés contre la liberté de religion et de conviction. Ainsi YTB essaye d'attirer l'attention en vue de la sensibilisation de l'opinion publique (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016b).

Les citoyens turcs qui vivent sur les territoires des pays étrangers, ont certaines responsabilités civiques face à leur pays d'origine dont la Turquie. Une des missions de YTB est d'assurer les possibilités aux turcs vivant à l'étrangers pour qu'ils soient des citoyens responsables vis à vis de la Turquie. Afin de renforcer leur lien avec leur citoyenneté active et leur participation à l'égard de la Turquie, YTB collabore avec des organisations non-gouvernementales dans les autres pays travaillant dans ces domaines (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016b).

YTB vise à informer les citoyens turcs vivant à l'étranger sur leurs droits et obligations juridiques, essaye d'accroître leur prise de conscience sur les problèmes juridiques souvent expérimentés et de développer des mécanismes de soutien qui fourniraient une solution à leurs problèmes juridiques. YTB informe aussi les citoyens turcs sur le processus de vote lors des élections en Turquie (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016b).

### **Formation:**

YTB a lancé en 2014 le programme de bourse intitulé « Bourses pour les Citoyens de l'Etranger » afin d'encourager les études et les travaux académiques des turcs vivant à l'étranger. Dans ce cadre YTB accorde des facilités aux recherches dans de différents domaines tels que l'identité et l'appartenance à leur origine; lutte contre la discrimination et la violation des droits; la migration et la diaspora; les recherches juridiques (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016c).

Le Projet de « Jeunes Leaders » a été réalisé sous la forme d'une étude à long terme et a été développé pour promouvoir les projets éducatifs et sociaux de jeunes; contribuer à leur croissance personnelle et les transformer pour être un modèle au sein de la société. La première session a été menée du 03 au 10 Mars 2013 à Ankara (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016c).

YTB soutient des études concernant la promotion de l'enseignement bilingue, afin que les jeunes puissent acquérir des compétences dans la langue du pays de leur résidence et de leur langue maternelle. Dans ce but YTB organise des réunions, des activités, des cours, de formation, des conférences, des sondages, des études, des rapports et toute sorte d'autres études scientifiques en collaborant avec les institutions, les organisations et des organisations non-gouvernementales actives dans ce domaine (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016c).

Divers programmes et sessions de formation sont menés par YTB afin de pour augmenter la conscience des concitoyens turcs vivant à l'étranger sur leurs droits. En 2013 trois sessions ont été organisées à Ankara et dans différentes villes européennes comme Bruxelles, Francfort, Vienne (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016c).

YTB soutient la formation des enfants turcs vivant à l'étranger en fournissant des conseils aux familles, en encourageant le développement académique des étudiants qui poursuivent leurs études supérieures et des études de soutien à travers leur transition vers la vie professionnelle. Il vise également à mener des programmes pour la réussite des enfants; des études d'information dans le domaine de la formation professionnelle ; des études sur le développement des compétences linguistiques des enfants, et des études pour l'amélioration du développement professionnel et les compétences personnelles par les événements sociaux et culturels (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016c).



### **Programmes culturels et sociaux:**

YTB est destiné à préserver les valeurs sociales et culturelles des citoyens turcs vivant à l'étranger et les inciter d'accomplir des recherches dans ces domaines.

Puisque les turcs à l'étranger vivent dans une atmosphère multiculturelle, donc YTB vise à perpétuer la culture turque dans cette ambiance en organisant des programmes qui permettraient d'accroître la communication interculturelle; les études relatives à la civilisation et de l'histoire; les études sur les jeunesses (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016d).

Avec les centres de la jeunesse, centres de consultation familiale, les bureaux de services sociaux, YTB fonctionne pour résoudre les problèmes familiaux. Il organise également des programmes éducatifs et informatifs concernant les membres de la famille; dicte des mesures préventifs contre l'abus de la drogue et de la criminalité dans le but de protéger les mineurs et les jeunes et organise les études concernant les groupes qui ont besoin d'un soutien social tels que les prisonniers, les personnes âgées, handicapées et les toxicomanes (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016d).

En 2014, le projet « Ponts de Jeunesse » a été lancé dans le but de permettre aux turcs de 16 à 22 ans de s'intéresser et de s'intégrer à la culture du pays d'accueil, de même de renforcer leurs liens avec la Turquie. YTB vise à organiser des visites linguistiques, culturelles et historiques en Turquie, qui leur permettront de voir de près et de comprendre les valeurs de la Turquie. Grâce à ce projet, plus de 1.200 étudiants dont certains ne sont pas déjà venus en Turquie au cours de cinq dernières années, ont trouvé une opportunité de visiter la Turquie (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016d).

Afin de renforcer les liens entre les turcs et la Turquie et ainsi que de maintenir des connexions entre eux, YTB arrange des rencontres des citoyens turcs avec une certaine périodicité dans de différents pays.

YTB offre ses services aux turcs vivant à l'étranger pour les aider. Pour la contribution au soft power de la Turquie, les services assurés aux communautés affiliées constituent une place importante et primordiale. Les services de YTB pour les communautés affiliées couvrent les travaux culturels, la formation, la jeunesse et les travaux thématiques.

### **Travaux culturels:**

YTB mène des études concernant l'accélération des collaborations et de l'interaction dans le domaine culturel, social, économique et de l'éducation ainsi contribue à la réalisation des études d'histoire orale et d'archivage dans des zones géographiques où la Turquie a des liens historique et culturel (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016e).

Les programmes d'échanges culturels occupent une place importante ; YTB ainsi organise des programmes d'échanges culturels afin de développer des relations sociales, culturelles, académiques, professionnelles et économiques entre les différents pays et communautés. Il contribue également à l'accroissement de la communication, de la collaboration. Il favorise élargissement des capacités des institutions, des organisations et des individus qui sont actifs dans des domaines similaires. Ainsi les contributions sont faites pour développer l'interaction des étudiants, qui sont d'origine des communautés affiliées à l'appui des recherches et des publications dans le cadre de programmes d'échanges culturels (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016e).

### **Formation et Jeunesse:**

Les programmes éducatifs avec un contenu social et culturel destinés aux jeunes sont développés en vue d'accroître les connaissances des jeunes des communautés affiliées et aussi d'augmenter leur niveau d'éducation, et de soutenir les valeurs historiques et culturelles communes. A cet effet, les contributions sont faites pour le développement des jeunes à travers des séminaires thématiques, des programmes culturels, des écoles d'été et des cours supplémentaires pour des conférences (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016f).

Comme à l'égard des citoyens turcs, YTB vise également à renforcer des relations interculturelles entre les jeunes des communautés affiliées et la Turquie ; met en relief l'histoire en accentuant les valeurs culturelles, linguistiques de la civilisation turque à travers le projet de « Ponts de Jeunesse » (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016f).

### **Travaux thématiques:**

Les sujets fortement accentués par YTB sont le développement et la réalisation de la continuité de la communication et de la collaboration des communautés affiliées entre ceux qui avaient effectué leurs études supérieures en Turquie. YTB vise le développement des relations sociales, culturelles et professionnelles à travers les activités des organisations (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016g).

YTB réalise des études sur le plan national étatique turc et dans des différentes régions pour établir et maintenir les relations avec les régions telles que le Moyen-Orient, l'Afrique, les Balkans, la Caucase et l'Asie centrale, où la Turquie a des liens historiques et culturels. Car YTB a pour but d'augmenter la coopération et l'interaction culturelle avec ces zones géographiques (Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları, 2016g).

### **Les Bourses attribuées par la Turquie :**

Les Bourses attribuées par la Turquie est une expression que nous avons utilisé est l'équivalent de « Türkiye Bursları » ou « Türkiye Scholarship ». Depuis 2010, la mobilité des étudiants étrangers vers la Turquie est plus particulièrement dirigée par YTB (Kaya, 2014). Cela est un programme de bourses de l'enseignement supérieur financé par le gouvernement, et conçu pour tous les étudiants étrangers sur le plan international. Le programme ne comprend pas les étudiants étrangers qui étudient en Turquie à travers les projets de l'UE, les accords de réciprocité et les bourses d'études universitaires. Les Bourses de la Turquie sont accordées aux étudiants de niveau licence, master, doctorat, maîtrise de l'art et les chercheurs (Türkiye Bursları, 2016a). Il existe quatre catégories de programmes de bourses dont les trois sont de longue durée telles que les bourses de licence, de master, de spécialité et la quatrième catégorie de bourses est la bourse de courte durée (Türkiye Bursları, 2016b).

#### ***3.1.1.3. La Radio et la Télévision Turquie***

##### ***(Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu- TRT)***

Un Etat ayant une puissance médiatique, possède aussi la capacité d'influencer les autres. C'est pourquoi la puissance du média occupe une place significative dans la politique étatique.

Presque tous les Etats ont au moins une chaîne de télévision publique. Comme nous avons exprimé dans la Première Partie de cette thèse, le Royaume Uni possède BBC, les Etats-Unis ont VOA ou la Chine a CCTV. La République de la Turquie ayant la conscience de la puissance du média, a une institution qui est la Radio et la Télévision Turquie (TRT), en tant qu'une chaîne de télévision publique contribuant à son soft power.

TRT est le principal acteur public dans le domaine du média de la Turquie pour améliorer son image dans la société internationale et pour augmenter son soft power. TRT le radiodiffuseur public national de la Turquie, a été créé le 1er mai 1964. Donc TRT est une institution qui a évolué en un réseau de 14 chaînes de télévisions, de 16 stations de radio et d'une variété de plates-formes transmis en 38 langues à travers le monde atteignant les sociétés étrangères (TRT, 2016a).

La mission principale de ses émissions dans les pays étrangers est de présenter la Turquie dans tous les domaines. TRT a quatre chaînes internationales faisant des émissions dans les pays étrangers pour présenter la Turquie. Ce sont TRT Avaz, TRT Kurdî, TRT El Arabia et TRT Türk.

TRT Avaz est créé en 2009 afin de constituer un pont entre la Turquie et l'aire turque et d'améliorer les relations entre la Turquie et les sociétés affiliées à travers les programmes culturels, de la musique et de l'éducation etc. TRT Avaz a commencé ses émissions en langue ouzbek, kazakh, kirghiz, turkmène, azerbaïdjanais, bosniaque, albanaise et turque. Les régions ciblées de TRT Avaz sont donc l'Asie Centrale, le Caucase et les Balkans. Dans leur site d'internet TRT Avaz est présenté par ces termes: « Ses émissions destinées au monde turc tout en établissant un pont de langue et de réflexion entre la Turquie et les Républiques turcomanes. Signifiant la "voix" dans plusieurs dialectes de la langue turque, AVAZ s'adresse, en tant que voix commune des Républiques turcomanes, à une région de 250 millions d'habitants dans 27 pays, du Moyen-Orient au Caucase. » (TRT, 2016b)

Une autre chaîne de la Radio et la Télévision Turque est TRT El Arabia, faisant ses émissions vers 22 pays arabophones. La mission fondamentale de TRT El Arabia est de renforcer les relations entre la Turquie et les pays arabes qui représentent une population plus de 350.000.000 de personnes (TRT, 2016b).

TRT Kurdî, une autre chaîne de TRT, grâce à ses émissions internationales en kurde, contribue aux relations entre la Turquie et les communautés parlant la langue kurde dans les pays du Moyen Orient (TRT, 2016b).

TRT Türk, étant une chaîne de TRT, elle vise à présenter la Turquie et la culture turque grâce à ses émissions culturelles et politiques. C'est une chaîne internationale qui diffuse ses émissions en turc (TRT, 2016b). Les régions cibles des émissions de TRT Türk sont le Caucase et l'Asie Centrale. Les thèmes tels que le « monde turc » et « l'identité turque » sont accentués souvent par des programmes de TRT Türk (Başar, 2011).

Encore une autre chaîne de TRT, qui est TRT Belgesel (chaîne documentaire) a pour but de présenter la Turquie au milieu internationale en anglais, en allemand, en français, en russe et en turc. Cette chaîne diffuse des films documentaires sur l'histoire, la société, la nature, l'environnement, l'art, la culture, la science et la technologie (TRT, 2016b).

Etant l'acteur principale du soft power de la Turquie, TRT fait ses émissions en multiples langues afin d'atteindre les sociétés étrangères et de contribuer à l'image de la Turquie. Le vice-premier ministre, Yalçın Akdoğan («TRT ve AA Türkiye'nin dünyaya », 2014) a défini le TRT comme « l'image clé de la Turquie s'ouvrant sur le plan international » et ainsi a souligné l'importance du TRT pour la diplomatie publique et le soft power.

L'objectif des émissions de TRT par ses différentes chaînes est généralement d'atteindre les communautés turcophones ou encore les communautés affiliées vivant au Caucase, en Asie Centrale, au Moyen Orient et aux Balkans et de renforcer les liens avec ces communautés en bénéficiant de l'histoire, de la culture et la langue commune.

### **3.1.2. Les Acteurs Attachés au Cabinet du Premier Ministre**

Au cours de deux dernières décennies, le soft power a gagné une importance dans les politiques extérieures de la Turquie. Surtout depuis l'an 2002, les efforts sur le soft power s'accroissent. Le Premier Ministre de la République Turque est la principale institution responsable de la diplomatie publique avec ses sous institutions tels que l'Agence Turque pour la Coopération et la Coordination et le Bureau de la Diplomatie Publique. Les principaux buts d'actions de ces deux institutions sont de promouvoir la Turquie et d'améliorer l'image de la Turquie dans la société internationale. Ils fonctionnent dans les domaines des aides extérieures, de l'éducation, de la culture et du développement régional.

#### ***3.1.2.1. Bureau de la Diplomatie Publique***

##### ***(Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü- KDK):***

Dans le monde actuel, avec la mondialisation, la diplomatie publique est devenue l'un des outils les plus importants influençant l'opinion publique internationale et l'un des éléments indispensables des intérêts nationaux de la Turquie en tant qu'une puissance montante.

Alors le Bureau de la Diplomatie Publique attaché au Cabinet du Premier Ministre, a été établi le 30 Janvier 2010. Selon la circulaire publiée pour la création du Bureau de la Diplomatie Publique, la diplomatie publique, ainsi que la diplomatie officielle, ont acquis une particularité en tant qu'un outil pour influencer la communauté internationale (Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, 2016a).

Selon cette circulaire signée par Recep Tayyip Erdoğan, le Premier Ministre de l'époque, tous les organismes et organisations publiques sont requises pour aider à l'exécution des activités du Bureau de la Diplomatie Publique par leur capacité

personnel, financière, techniques et scientifiques (Kamu Diplamasisi Koordinatörlüğü, 2016a).

Dans leur site d'internet, la mission du Bureau de la Diplomatie Publique a été présenté comme la diplomatie publique visant à accroître la visibilité et l'efficacité de la Turquie dans l'opinion publique internationale ; puisque c'est l'un des outils les plus importants de la politique étrangère et du soft power de la Turquie. Le Bureau de la Diplomatie Publique est chargé de fournir la coordination entre les organismes publics et les organisations civiles pour la promotion et la présentation précise et efficace de la Turquie. Les activités de diplomatie publique dans les domaines de l'aide extérieure, de la science, de la technologie, de l'économie, de l'enseignement supérieur, du tourisme, de la culture, de l'arts et du média, assure la reconnaissance de nouveaux potentiels de la Turquie par l'opinion publique mondiale. Le Bureau de la Diplomatie Publique contribue à la communication stratégique et à la présentation de la Turquie en coordonnant les différents éléments d'activités que nous avons énumérés ci-dessus. (Kamu Diplamasisi Koordinatörlüğü, 2016b).

Le Bureau de la Diplomatie Publique exécute ses activités sous la forme des programmes universitaire, des activités de communication politique et des activités de promotion du média.

#### **Le Programme universitaire:**

Les étudiants, les académiciens et les spécialistes des relations internationales et des domaines connexes sont des objets primordiaux du programme de l'université. Afin d'obtenir leurs opinions et leurs contributions, le Bureau de la Diplomatie Publique effectue des activités sous forme des Panels de la Diplomatie Publique, Programmes de promotion de la politique étrangère, les Ateliers de Politique Etrangère et le Programme de Jeunesse. Nous pouvons énumérer les objectifs communs de ces



programmes qui ont pour but d'informer le public sur la diplomatie publique et de la politique étrangère turque : de rapprocher les étudiants, les académiciens et les spécialistes de la politique étrangère et des domaines connexes avec les organismes et les décideurs qui déterminent la politique étrangère de la Turquie (Kamu Diplamasisi Koordinatörlüğü, 2016c).

#### **Les Activités de Communication Politique:**

Le Bureau de la Diplomatie Publique organise des rencontres à l'étranger; les séries des conférences de commissions de sages ; les séries des conférences européennes; les panels et des sommets internationaux. Par ces programmes le Bureau de la Diplomatie Publique vise à discuter des développements mondiaux, les problèmes contemporains et leurs solutions par la participation des académiciens, des journalistes, des leaders d'opinion, des chercheurs et des spécialistes étrangers et turcs en y ajoutant le perspectif de la Turquie (Kamu Diplamasisi Koordinatörlüğü, 2016d).

#### **Les activités de promotion des médias:**

Au cours des dernières années, la Turquie est devenue l'un des pays qui attire l'attention des médias étrangers. Afin de satisfaire cet intérêt et la curiosité du media étranger, le Programme Comités Journalistes est créé par le Bureau de la Diplomatie Publique. Dans le cadre de ce programme, les membres des médias comme les directeurs éditoriaux, les éditeurs de presses étrangères et les chroniqueurs intéressés sont invités en Turquie pour qu'ils accèdent directement aux informations sur la Turquie. Un autre programme pour le media étranger c'est le Programme pour Informer le Presse Internationale. Au cours des dernières années, le nombre de représentants des médias étrangers s'accroît à cause de l'augmentation de l'intérêt régional et mondial manifesté vers la Turquie. Alors dans le cadre de ce programme, les représentants des médias étrangers résidant en Turquie et les représentants de la Turquie se réunissent

régulièrement. Ces réunions, couvrent la présentation des politiques de la Turquie sur divers sujets, l'évaluation des enjeux mondiaux actuels et la partie de questions-réponses, sont organisées mensuellement à Istanbul (Kamu Diplamasisi Koordinatörlüğü, 2016e).

Similaire au programme pour les représentants des médias étrangers résidant en Turquie, le Bureau de la Diplomatie Publique organise des programmes pour informer les membres des médias étrangers partout dans le monde qui suivent la Turquie.

### ***3.1.2.2.L'Agence Turque pour la Coopération et la Coordination***

#### ***(Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı - TİKA)***

Le 27 Janvier 1992, TİKA a été fondée<sup>15</sup> par une décision du Conseil des Ministres turc du 24 Janvier 1992 (Erdağ, 2008) en tant qu' une organisation d'aide technique attachée au Ministère des Affaires Etrangères pour répondre à la restructuration, subvenir les besoins et pour le développement des républiques turcophones après l'effondrement de l'Union soviétique (Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, 2016). En 1999 avec une modification, TİKA a été rattaché au Cabinet du Premier ministre et en 2001 a pris son titre actuel ou l'Agence Turque pour la Coopération et la Coordination. (Erdağ, 2008).

Selon le premier article de la loi no 4668 publiée dans le journal officielle du 12 Mai 2001 no. 24400, les objectifs de TİKA ont été définis par ces termes: « contribuer au développement des pays et des peuples en voie de développement, des républiques turcophones, de leurs peuples relatifs et des pays voisins de la Turquie; de développer, grâce aux projets et programmes, la coopération dans les domaines économique, commercial, technique, social, culturel et éducatif; et d'assurer la gestion des opérations

---

<sup>15</sup>Au moment où il a été créé il était appelé « Présidence de Gestion Turque pour la Coopération et le Développement »

et des aides grâce à la fondation d'une Présidence de Gestion Turque pour la Coopération et le Développement, entité juridique qui dépend du Premier ministre» (Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, 2012).

Depuis sa création TİKA réalise des projets de développement et de coopération dans diverses géographies et dans les différents domaines tels qu'économiques, culturels, assistance humanitaire ou techniques etc. Les projets de TİKA ont visé tout d'abord la géographie turcophone comme l'Asie Centrale et le Caucase. Au cours des années 2000, les approches de la politique extérieure de la Turquie commença à changer. Conformément à ce changement, TİKA a élargi ses zones d'activités et a augmenté le nombre de bureaux de coordination du programme. Aujourd'hui, l'Agence Turque pour la Coopération et la Coordination est en service par 50 bureaux de coordination, dans 48 pays partenaires de la coopération.

TİKA est le principal acteur de l'assistance et du développement mené par la Turquie vers les pays étrangers, il publie un rapport d'activité annuel contenant la liste de ses activités et relative à son financement public. Selon le dernier rapport annuel d'activité de 2014 publié en 2016, TİKA avait réalisé des projets de développement d'un montant 191.8 millions de dollars dont 102.44 millions de dollars pour l'aide au projet et au programme; 53.44 millions de dollars pour la coopération technique; 2.22 millions de dollars pour l'assistance alimentaire en vue de développement; 3.80 millions de dollars pour le soutien des organisations non gouvernementales turques; 3.7 millions de dollars pour les services d'urgence et 18 millions de dollars pour les dépenses.

Tableau 2

La distribution régionale des assistances de TİKA

<b>La Région</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Les Balkans et l'Europe de l'Est	12,9%	22,8%	21,4%	21,2%
Le Moyen Orient	15,5%	15,4%	21,7%	21,1%
L'Afrique	16,8%	31,3%	33,7%	23,8%
L'Asie du Sud et l'Asie Centrale	49,7%	29,1%	21,8%	28,6%

*Note.* Repéré à [http://www.tika.gov.tr/tr/yayin/liste/tika\\_faaliyet\\_raporlari-22](http://www.tika.gov.tr/tr/yayin/liste/tika_faaliyet_raporlari-22)

Selon le tableau ci-dessus, les régions primordiales bénéficiant des assistances de TİKA sont les Balkans et l'Europe orientale et centrale; l'Afrique; l'Asie du Sud et l'Asie Centrale et le Moyen Orient. Ces données témoignent de la sensibilité de la Turquie pour son environnement géopolitique (Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, 2012). Elles nous montrent aussi les zones d'influence de TİKA et son soft power qui reste dans la zone proche et périphérique de la Turquie. Par contre l'assistance vers les autres régions telles que l'Extrême Orient, l'Amérique et l'Océanie existe, leurs pourcentages restent inférieurs par rapport aux autres régions primordiales. En 2014, l'Extrême Orient occupait le cinquième rang entre sept régions avec 4,15 % des aides alors que l'Amérique la suivait avec 1,02 %. La même année, l'Océanie occupait la dernière position avec 0,02% des aides de TİKA (Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, 2014).

En élargissant ses zones d'activités, aujourd'hui TİKA subvient des assistances techniques dans des différentes régions. Toutes ses activités contribuent à la sa présentation et ainsi qu'au soft power de la Turquie.

### **3.2. Les Acteurs Non-Etatiques Contribuant au Soft Power de la Turquie**

Les acteurs non gouvernementaux surtout les organisations non gouvernementales sont des plus importants éléments de la démocratie moderne. Les acteurs civils prennent la responsabilité dans les activités du soft power de leurs pays d'origine (Akçadağ, 2010). Dans certains cas, ils peuvent être plus efficaces que les acteurs étatiques, peuvent pénétrer aux régions où les Etats ne peuvent pas atteindre.

Les acteurs civils fonctionnent généralement dans le domaine de l'économie, de la culture, de l'assistance humanitaire. Même s'ils fonctionnent dans les différents domaines, ont des relations entrelacées avec la politique du soft power à travers leurs rôles et leurs forces (Erguvan, 2010)

Dans ce chapitre les acteurs non étatiques de la Turquie dans le domaine de la culture, de l'économie et de l'aide humanitaire seront traités à travers leur contribution à l'image et au soft power de la Turquie.

Les séries télévisées et la Fondation pour la Promotion de la Turquie ont été choisis comme les sujets des acteurs culturels. Dans le domaine de l'économie l'Association des Hommes des Affaire et des Industriels Turcs, l'Union des Chambres et des Bourses de Turquie et la Compagnie Aérienne Nationale Turkish Airlines seront traitées. Et sous le titre de l'aide humanitaire, le Croissant Rouge Turc, la Fondation pour des Droits de l'Homme et des libertés et de l'Aide Humanitaire et l'Association pour la Recherche et la Sauvetage seront analysés.

### **3.2.1. Les Acteurs Culturels**

Les travaux sur le soft power sont généralement intéressés avec l'attrait culturel. Comme nous avons mentionné dans la première partie de notre travail, les recherches se focalisent particulièrement sur l'influence culturelle d'un pays sur les autres (Heng, 2014). Ainsi plusieurs pays font des investissements culturels en vue de promouvoir leur culture et attirer la société internationale. Dans certains cas cet attrait n'est pas assuré par les initiatives de l'Etat. Les acteurs non gouvernementaux peuvent arbitrairement contribuer le soft power de l'Etat. Dans ce contexte les films, les séries télévisées et les organisations non gouvernementales dans le domaine de la culture en sont les exemples.

Au regard du soft power de la Turquie, les séries télévisées turques assurent une grande contribution à l'image de la Turquie. Après les Etats-Unis, la Turquie est le deuxième pays dans l'exportation de séries télévisées. C'est la raison pour laquelle ils jouent un grand rôle à pénétrer le peuple avec lequel l'Etat ne peut pas établir directement des relations culturelles.

Sous cette section les exemples des séries télévisées et la Fondation pour la Promotion de la Turquie seront étudiés tout en analysant leurs influences sur l'image de la Turquie et leur contribution à son soft power.

#### ***3.2.1.1. Les Séries Télévisées***

Le média est actuellement considéré comme le quatrième pouvoir orientant une société. Entre les autres moyens du média, la télévision occupe une place fondamentale au sein de masse média en jouant un rôle majeur. D'ailleurs l'influence de la télévision en elle-même constitue un facteur dominant dans toutes les sociétés. Donc dans ce contexte les séries télévisées turques jouent un rôle important pour la présentation de

l'image de la Turquie, la propagation de la langue turque ainsi contribue au soft power de la Turquie.

Grâce à l'augmentation de sa production et de sa capacité technique ainsi que ses productions de haute qualité, l'industrie de séries télévisées turques a atteint une forte présence dans de nombreux pays du Moyen-Orient, et des Balkans et de l'Asie centrale. En 2010, la Turquie a exporté 65 séries télévisées aux 39 pays ce qui est l'équivalent d'un montant de 60 millions de dollars (Deniz, 2010). Selon les données fournies par le Ministère de la Culture et du Tourisme, en 2014 les exportations de la Turquie dans ce secteur sont proches de 200 millions de dollars avec plus de 70 séries télévisées diffusées à travers le monde (Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, 2016f). En 2015 ce chiffre a passé à 250 millions de dollars (« Türkiye'nin dizi ihracatı », 2016).

Les séries télévisées attirent l'attention de nombreuses personnes dans les pays d'exportation. Il existe plusieurs exemples manifestant la sympathie du public des pays d'exportation à travers les séries turques. Par exemple au Soudan les photos des caractères de série télévisée « Aşk-ı Memnu » sont affichées dans les magasins locaux. Cet attrait fournisse les autres secteurs. Par exemple les investissements des hommes d'affaires turcs ont augmenté parallèlement à la croissance de l'exportation des séries télévisées. Selon un autre exemple, en Iraq, la Turquie affirme sa présence par ses investissements économiques et aussi a gagné la sympathie du peuple irakien par les séries télévisées (Deniz, 2010)

La croissance de la diffusion des séries télévisées turques dans les pays étrangers rapproche le milieu international vers la Turquie et à la culture turque. Nous pouvons prétendre que les séries télévisées constituent un des moyens majeurs du soft power de la Turquie. En exportant les séries télévisées, la Turquie exporte aussi sa

culture. Donc elle augmente son soft power dans son hinterland historique et elle élargisse sa sphère d'influence (Deniz, 2010).

Au départ les séries télévisées avaient attiré l'attention dans des publics des pays aux Balkans, au Moyen Orient et en des ex-pays soviétiques. Ensuite elles ont été diffusées en Afrique du Nord, en l'Asie et en Amérique ainsi elles sont devenues populaire au sein du milieu international.<sup>33</sup> pays entre les pays d'exportation sont des pays des Balkans, du Moyen-Orient, de l'Afrique du Nord, de l'Asie et du Caucase<sup>16</sup>.

Un grand nombre des téléspectateurs étrangers qui ont suivi les séries télévisées turques, commencent à connaître la culture turque. Par conséquent ils voudraient visiter et connaître bien la Turquie. Nous pouvons prétendre que les séries turques ont des influences positives dans le secteur de tourisme. La Turquie fait sa promotion sur le plan international sans faire une consommation supplémentaire (Nuroğlu, 2014). Selon les recherches, 80% des personnes qui n'ont jamais visité la Turquie et qui suivent régulièrement les séries télévisées turques, expriment leur envie de venir visiter la Turquie (Gür, 2014).

La première exportation a été d'abord réalisée en 2001 en Kazakhstan par la série « Deli Yürek ». Mais la première et la plus connue série turque c'était « Gümüş ». Avec l'influence de cette série le nombre des touristes de provenance des pays arabes et d'Israël ont augmenté jusqu'à 56 %. Depuis 2011, 30.000 touristes ont visité la ville où le tournage de série a été réalisé (Nuroğlu, 2014).

---

<sup>16</sup>Les pays d'exportations des séries télévisées sont : l'Argentine, la Bolivie, le Chili, la Colombie, l'Uruguay, le Panama, le Brésil, l'Equateur, le Paraguay, le Pérou, la Mexique, les Etats-Unis, le Costa Rica, El Salvador, le Guatemala, le Honduras, le Nicaragua, la République Dominicaine, l'Afghanistan, l'Albanie, l'Autriche, l'Azerbaïdjan, les Emirats Arabes Unis, le Bahreïn, la Bosnie-Herzégovine, le Brunei Darussalam, la Bulgarie, l'Algérie, la République Tchèque, la Chine, l'Indonésie, l'Estonie, le Maroc, la Géorgie, la Croatie, l'Irak, l'Iran, la Suède, la Suisse, le Japon, le Monténégro, le Qatar, le Kazakhstan, la Corée du Sud, le Kosovo, le Koweït, la Lettonie, la Libye, la Lituanie, le Liban, la Hongrie, la Macédoine, la Malaisie, l'Egypte, l'Ouzbékistan, le Pakistan, la Roumanie, la Russie, la Slovaquie, la Slovénie, la Thaïlande, la Tunisie, l'Ukraine, l'Oman, la Jordanie, le Vietnam, le Yémen et la Grèce (« Türkiye'nin dizi ihracatı », 2016).



Le taux d'augmentation du nombre des touristes originaires des pays d'exportation des séries télévisées est supérieur par rapport au taux d'augmentation du nombre de touriste en générale. (Gür, 2014). En 2002, 975.000 touristes de l'Afrique du Nord ont visité la Turquie, en 2010 ce chiffre a dépassé 3.6 millions de personnes (Nuroğlu, 2014).

La plus importante influence culturelle des séries télévisées est l'augmentation des personnes voulant apprendre le turc. Le nombre des personnes qui s'intéressent à apprendre la langue turque et le nombre des cours de la langue turque font preuves de cette augmentation. C'est à dire les séries jouent un rôle très important pour la promotion de la Turquie et de la langue Turque (Nuroğlu, 2014).

Selon le sondage effectué par Mehmed Said Arbatlı et İhsan Kurar (2015) à travers l'influence des séries turques sur l'interaction culturelle et la propagation de la langue turque chez les kazakhs, sur 157 personnes, soit 94.4% des participants voudraient apprendre le turc sous l'influence de ces séries. Et 77.1 % des participants avaient affirmé qu'ils apprenaient des mots turcs grâce aux séries.

Le mode de vie de la société turque avait aussi influencé les téléspectateurs de ces pays et même les enfants sont nommés par les noms des caractères de ces séries (Nuroğlu, 2014).

Pendant le période d'AKP, le changement dans la conjoncture de la politique extérieure reflète ses conséquences sur la société internationale. Particulièrement les relations avec des pays des Balkans, du Moyen Orient et de l'Asie Centrale sont améliorées pas seulement par des politiques extérieures menées de leur gouvernement mais aussi dû aux acteurs non étatiques comme les séries télévisées, qui ont renforcé ces relations entre les peuples. Car les relations entre la Turquie et les pays de ces régions comportent les traces historiques et culturelles du passé. Ces séries turques ont

été aussi un moyen nécessaire pour rappeler et faire apparaître les souvenirs des liens historiques et culturels avec la Turquie (Emin, 2013).

Les séries turques contribuent à l'image de la Turquie comme un puissant moyen du soft power. Ainsi grâce à ces séries, la popularité de la Turquie a augmenté et la Turquie a gagné une vive sympathie, un certain prestige et des opportunités de marché dans ces régions mentionnées (Deniz, 2010).

### ***3.2.1.2. Fondation Pour la Promotion de la Turquie***

#### ***(Türk Tanıtma Vakfı - TÛTAV)***

La Fondation pour la Promotion de la Turquie créé en 1982 dans le but d'effectuer des recherches historique, archéologique, culturelle, touristique, commerciale et industrielle concernant les intérêts et les objectifs nationaux de la Turquie; de présenter la Turquie sur le plan international et d'organiser des activités afin de contribuer à l'image positive de la Turquie sur le plan international.

Depuis sa création, TÛTAV a réalisé plus de 850 projets dans 37 pays étrangers afin de promouvoir la Turquie sur le plan international. Toutes les dépenses de ces projets sont financées par les ressources de TÛTAV (Türk Tanıtma Vakfı, 2016a).

Au sein des organisations telles que « la Semaine de la Promotion de la Turquie » ou « la Semaine de la Culture Turque », TÛTAV vise à présenter les valeurs de la Turquie. Lors de ces activités TÛTAV essaye de faire connaître la culture, l'art, l'artisanat traditionnel, la musique, la danse et la gastronomie de la Turquie dans les pays étrangers.

A l'égard de ses organisations, TÛTAV prépare des films documentaires, des magazines et des livres. Ces œuvres préparées par TÛTAV ont emporté de nombreux prix dans leurs branches. En outre TÛTAV a été choisie comme la plus réussie association pour la promotion de la Turquie (Türk Tanıtma Vakfı, 2016a).

Au cours des vingt dernières années TÜTAV a contribué aux relations internationales de la Turquie en coopérant avec des hommes scientifiques, des hommes d'affaires, des bureaucrates, des journalistes les plus connus etc.

Il est évident que toutes les initiatives et organisations de TÜTAV ont contribué à l'amélioration de l'image de la Turquie sur le plan international et servent au soft power de la Turquie. Lors d'une réunion de TÜTAV avec l'Ambassadeur russe d'Ankara, M. Kemal Baytaş, le Président de TÜTAV avait déclaré que les liens diplomatiques les plus amicaux sont temporaires. C'est l'amitié des peuples qui compte (Türk Tanıtma Vakfı, 2016b).<sup>17</sup>

### **3.2.2. Les Acteurs Economiques**

L'augmentation du poids des acteurs non gouvernementaux a accordé à ces institutions un rôle de partenariat des Etats à travers leur politique du soft power et la diplomatie publique. Dans le domaine de l'économie, l'obtention des grandes marques et l'existence de grandes entreprises assurent un avantage à l'Etat ce qui crée des nouvelles opportunités d'emploi et font des coopérations avec les organisations étrangères, ils promeuvent par conséquent l'image de leur pays (Başar, 2011).

L'Association des Hommes des Affaires et des Industriels Turcs, l'Union des Chambres et des Bourses de Turquie et la Compagnie aérienne nationale turque (Turkish Airlines, THY) feront l'objet d'étude de cette section. L'Association des Hommes des Affaires et des Industriels Turcs et l'Union des Chambres et des Bourses de Turquie fonctionnent en tant qu'organisations non gouvernementales dans le domaine de l'économie et le THY peut être considérée comme l'une des grandes marques nationales de la Turquie. Sous cette section nous étudierons le fonctionnement

---

<sup>17</sup>« Diplomasi dostlukları gelip, geçicidir. Asıl olan halkların dostluklarıdır ».

de ces acteurs, leurs activités et leurs projets en vue de contribuer au soft power de la Turquie.

**3.2.2.1. L'Association des Hommes des Affaires et des Industriels Turcs  
(*Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği – TÜSİAD*)**

TÜSİAD en tant qu'une organisation commerciale volontaire des principaux entrepreneurs et dirigeants le monde des affaires de la Turquie a été fondé en 1971. TÜSİAD, a une capacité de représentation significative de l'activité économique en Turquie dans de nombreux domaines tels que la production, la valeur ajoutée, l'emploi formel et le commerce extérieur. Alors que son centre est situé à Istanbul, TÜSİAD a des bureaux de représentation à Ankara, à Washington, à Bruxelles, à Berlin, à Londres, à Paris et à Pékin. TÜSİAD représente la communauté des hommes d'affaires turque sur les plates-formes mondiales avec plus de 175 interactions avec Business 20<sup>18</sup>, Business Europe, et l'OCDE-BIAC au cours des cinq dernières années (TÜSİAD, 2016a).

Etant une organisation volontaire des représentants du secteur privé et la voix du monde des affaires turcs depuis plus de quarante ans, TÜSİAD porte la conviction que la Turquie sera une puissance régionale et mondiale déterminante dans les années prochaines.

TÜSİAD contribue à la formation des politiques économiques nationales en évaluant correctement les potentiels régionaux et sectoriels dans le développement économique et social de la Turquie. TÜSİAD contribue aussi à la promotion de la Turquie dans le contexte mondial et soutient le processus d'adhésion à l'UE grâce à des

---

<sup>18</sup> Le Business 20 (B20) s'est imposé comme un événement à part entière du Sommet G20 : il s'agit d'un lieu d'expression et d'échange d'opinions de la communauté des affaires au niveau international. Les entreprises et les organisations patronales s'engagent à répondre aux problématiques actuelles en proposant des solutions concrètes (Business 20, 2016).

efforts pour développer les relations politiques, économiques, sociales et culturelles sur le plan international. TÜSIAD mène des recherches, exprime ses opinions et développe des projets et des activités dans le cadre de l'accélération de l'intégration internationale et de l'interaction ainsi que le développement régional et local de la Turquie (TÜSIAD, 2016a).

Au sein du soft power, il développe des projets et des investissements dans les pays étrangers et soutient les autres régions à travers l'aide au développement surtout dans le domaine économique. TÜSIAD vise à orienter le monde d'affaires vers les régions où il existe des opportunités. Les investissements des entreprises turques assurent l'opportunité de l'emploi contribuant aux influences positives de la Turquie dans la région. Par exemple nous pouvons citer une des branches de TÜSIAD, ou TÜSIAD Internationale, l'unité de développement stratégique des affaires de TÜSIAD le 31 Mai 2012 avait organisé à Istanbul un séminaire intitulé « Les Opportunités des Affaires et des Investissements en Afrique ». Le président de TÜSIAD Internationale M. Boyner, avait insisté sur les grandes opportunités pour les investisseurs étrangers dans les pays africains où les taux de croissance économique sont élevés; les perspectives de croissance sont lumineuses et des caractéristiques démographiques sont appropriées. Il avait ajouté que l'Afrique joue un rôle essentiel dans le processus de reprise économique mondiale (TÜSIAD, 2016b).

Avec ce type des organisations, TÜSIAD contribue et vise le soft power de la Turquie. Les investissements des entreprises turques assurant des opportunités du travail et du recrutement influençant l'image positive de la Turquie dans la région attirent directement les opinions publiques internationales. Les initiatives de TÜSIAD ont amélioré l'image de la Turquie au sein de la société internationale et au sein de

l'opinion publique internationale. Dans ce cadre nous pouvons prétendre que le soft power de la Turquie a aussi contribué à des investissements privés turcs à l'étranger.

### ***3.2.2.2. La Compagnie Aérienne Turque (Türk Hava Yolları – THY)***

Selon Karl Deutsch l'une des principales conditions de développement de coopération stratégique et politique c'est la création des liens réciproque entre les sociétés. Afin d'assurer le rapprochement entre les sociétés, la circulation entre les nations joue un rôle fondamentale. Tandis que la circulation entre les différentes sociétés s'accroît, l'interaction entre ces sociétés augmente et les préjugés sont donc supprimés (Berdibek, 2012). Dans ce contexte une compagnie aérienne nationale qui est réussie peut rendre des services publics. Elle aura donc des répercussions positives pour son pays d'origine, non seulement dans le domaine de la politique, mais aussi dans le domaine commercial. Elle aidera au développement dans le tourisme et au potentiel commercial en reconnaissant au pays d'origine la possibilité de devenir un centre de l'aviation civile (Selçuk, 2013).

THY étant une compagnie aérienne nationale créé en 1933, joue un rôle principal afin d'accomplir la circulation entre la Turquie et les autres pays. En outre il soutient efficacement la politique turque à atteindre certains objectifs dans le domaine de la culture, du commerce et de la politique étrangère (Selçuk, 2013).

THY, l'une des dynamos de la politique étrangère active de la Turquie, vole à 264 destinations dont 219 sont des lignes internationales. Selon les données de 2015, au cours des douze dernières années, THY a augmenté ses points de vol de 4 à 42 en Afrique; de 11 à 34 au Moyen-Orient; de 2 à 12 aux États-Unis; de 40 à 84 en Europe, de 15 à 45 en Extrême-Orient. Cette croissance prouve que THY contribue à la promotion de la Turquie et à la diversification des marchés pour la Turquie en particulier en Afrique, en Amérique du Sud et en Extrême-Orient avec des nouvelles

destinations, en conduisant nouvelles initiatives politiques, sociales et économiques. Les vols de THY facilitent le transport et augmentent aussi les activités économiques et commerciales avec ces régions (Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, 2015).

THY vise à devenir le leader transporteur aérien préféré européen avec la sécurité des vols, la fiabilité, les produits, la qualité du service et la compétitivité, tout en conservant son identité comme une compagnie aérienne porte-drapeau de la République de la Turquie dans l'industrie civile aériennes (Turkish Airlines, 2016).

Ses campagnes publicitaires dans les médias étrangers et ses sponsorings des films d'Hollywood, des équipes de football, des joueurs de basketball et des divers tournois sportifs et des organisations culturelles non seulement peuvent promouvoir sa propre marque, toutes ces actions améliorent aussi l'image et le prestige de la Turquie au sein de l'opinion publique internationale (Selçuk, 2013). Nous pouvons citer comme un exemple le dernier sponsoring de THY au film « Batman vs Superman Dawn of Justice » ayant attiré l'attention de la société internationale. En outre, la publicité dans laquelle Kobe Bryant et Messi (les plus connus joueurs de basketball et de football du monde) ont joué des rôles, a fait gagner la sympathie des leurs fans et a amélioré aussi le soft power de la Turquie en faisant connaître la Turquie sur le plan mondial.

Grâce à développement de THY dans le réseau de transport aérien mondial avec un grand nombre de passagers en transfert, l'Aéroport d'Atatürk à Istanbul est devenu une plaque tournante de l'aviation au carrefour de l'Europe et de l'Asie. En conséquence de ce réseau de transport, Istanbul est devenu un lieu plus attrayant pour les hommes d'affaires et des touristes (Selçuk, 2013).

Grâce à ses activités, THY peut être considéré comme le principal acteur supplémentaire du soft power de la Turquie. THY joue un rôle majeur dans la promotion de la Turquie avec sa qualité de service et de ses activités de communication

atteignant les grands segments; et il contribue également à l'expansion du marché international de la Turquie avec de nouvelles destinations. Certaines évolutions dans la politique extérieure de la Turquie telles que les partenariats politiques, culturels et économiques établis dans de nombreux pays de différentes régions au cours des dernières années et les accords de visa, poussent le THY d'augmenter ses vols vers des nouvelles destinations. Donc THY soutient le soft power de la Turquie par des améliorations complémentaires (Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, 2015).

### ***3.2.2.3. L'Union des Chambres et des Bourses de Turquie***

#### ***(Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği - TOBB)***

L'Union des Chambres et des Bourses de Turquie (TOBB) est l'entité juridique la plus élevée en Turquie représentant le secteur privé. Aujourd'hui, TOBB compte 365 membres sous la forme de chambres de commerce locales, de l'industrie, du commerce maritime et des échanges de produits de base.

Dans le cadre de sa loi organique et d'autres lois applicables, TOBB vise, parallèlement aux développements, ailleurs dans le monde et en sa qualité de représentant de plus haut niveau du secteur privé turc, à assurer l'unité et la solidarité entre les chambres et les échanges de produits de base ; l'amélioration de développement des professions en conformité avec l'intérêt général, ce qui facilite le travail professionnel des membres, la promotion de l'honnêteté et la confiance dans les relations des membres entre eux et avec le grand public et dernièrement la préservation de la discipline professionnelle et de l'éthique (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2016).

Dans le cadre du soft power, TOBB vise à créer des relations avec des organisations équivalentes étrangères; signer des accords de coopérations; fonctionner comme un médiateur pour résoudre les conflits entre les institutions turques et



étrangères par des moyens amicaux; organiser des réunions et des congrès internationaux; participer aux organisations internationales et représenter la Turquie dans les réunions et congrès commerciaux et aider aux chambres du commerce et d'industrie turques et étrangers. Nous pouvons citer comme exemple que en 2010 l'organisation du forum pour la coopération avec le monde des affaires africain a été réalisé. Au sein du forum, M. Rifat Hisarcıklıoğlu, le Président de TOBB, (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2010) avait souligné les riches ressources de l'Afrique. En outre, il avait fait remarquer des possibilités, la potentialité de coopération avec l'Afrique dans de nombreux domaines et à ceux qui devraient être réalisés. Au cours de cette réunion TOBB avait exprimé ses futurs plans stratégiques tels établir une coopération concrète avec l'Afrique, prendre des mesures immédiatement pour le développement de la région et de travailler pour la solution des problèmes du continent.

A part des organisations privées, TOBB réalise des initiatives avec les acteurs étatiques. Pendant le processus du Sommet trilatéral Turquie-Afghanistan-Pakistan de 2007 à 2014, TOBB a été incluse au processus en tant qu'un acteur non gouvernemental. Il est clair que le gouvernement turc fait joindre les acteurs civils au processus de diplomatie et les acteurs civils soutiennent la diplomatie en Turquie. Cela nous explique que les acteurs non gouvernementaux sont aussi des moyens significatifs du soft power de la Turquie (Ekşi, 2014).

TÜSİAD, TOBB et THY facilite la diplomatie publique de la Turquie. Alors qu'elles sont essentiellement des organisations économiques, les activités qu'elles exercent contribuent au soft power de la Turquie sur le plan international. Leurs activités ne sont pas seulement limitées dans le domaine économique. Par exemple nous pouvons mentionner les efforts de TOBB et de TÜSİAD contre l'adaptation de la loi mémorielle adoptée en la faveur des arméniens en France. Ce qui nous montre le

potentiel de la diplomatie publique des acteurs économiques non gouvernementaux (Ekşi, 2014).

Outre de TÜSİAD, THY et TOBB, les initiatives économiques des entrepreneurs turcs particulièrement en Asie Centrale, au Moyen Orient et en Afrique du Nord sont des autres facteurs contribuant au soft power de la Turquie. De 1972 à 2016 les entrepreneurs turcs ont réalisé 8.755 projets dans 108 pays avec 326 milliards de dollars. 91 % de ces projets ont été exécutés dans les pays d'Eurasie, du Moyen-Orient et de l'Afrique (Türkiye Mühendisler Birliği, 2016). Les investissements des entrepreneurs turcs soutiennent le développement de ces régions et puis assurent des nouvelles opportunités d'emplois pour la population locale. Grâce aux nouvelles opportunités la prospérité du pays a augmenté et les opinions publiques à l'égard de la Turquie se sont améliorées. En conclusion nous pouvons dire que les entrepreneurs turcs sont des autres facteurs influençant le soft power de la Turquie (Çamır, 2009).

### **3.2.3. Les Organisations Non-Gouvernementales dans le Domaine de l'Aide Humanitaire**

Assistances dans le cas des catastrophes naturelles, de la pauvreté et du développement régional sont considérées comme l'un des facteurs essentiels contribuant à l'image d'un pays (Akçadağ, 2010). Dans ce contexte l'aide étrangère a été considérée comme l'un des outils les plus importants de la politique étrangère, et a également été classé tel qu'un instrument important du soft power (Erguvan, 2010). Ainsi les organisations non gouvernementales dans le domaine de la santé et leurs activités sont des outils améliorant le soft power d'un pays.

Depuis la période de l'Empire ottoman, la Turquie a toujours accordé une importance aux aides humanitaires, non seulement sur son plan national mais aussi à l'égard d'autres pays. Nous pouvons citer en tant qu'exemple l'assistance humanitaire

de l'Empire ottoman concernant sa politique du soft power : L'Empire ottoman était l'un de premier pays qui a déployé des efforts pour l'aide humanitaire et assuré l'assistance humanitaire aux Etats-Unis après l'inondation de Johnstown de 1889. Ainsi l'Empire ottoman avait gagné une image positive au sein de la société américaine (Demir, 2012).

La Turquie offre toujours des aides aux pays limitrophes et autres pays lointains. Sous cette section nous analyserons les organisations non gouvernementales de la Turquie qui fonctionnent dans le domaine de l'aide extérieure, comme le Croissant Rouge Turc, la Fondation pour des Droits de l'Homme et des libertés et de l'Aide Humanitaire et l'Association pour la Recherche et la Sauvetage. Les activités de ces organisations montrent la responsabilité et la sensibilité de la Turquie envers les catastrophes et aux problèmes extérieurs, en créant une image positive au sein de l'opinion publique en faveur de la Turquie.

#### ***3.2.3.1. Le Croissant Rouge Turc ( Türk Kızılayı )***

Depuis sa création en 1868, le Croissant-Rouge Turc présente et offre divers services humanitaires tels que le logement, la protection des pauvres et des personnes en état de nécessité, les aides alimentaires et les soins sanitaires, les opérations de sauvetage en cas de catastrophe, l'éducation et de la jeunesse, l'immigration et la protection des non seulement sur le plan national mais aussi sur le plan international (Türk Kızılayı, 2016a).

Le Croissant Rouge Turc vise à être un modèle en rendant des services d'aide humanitaire et de secours en Turquie et dans le monde entier et à aider les personnes dans des périodes difficiles (Türk Kızılayı, 2016a).

Le Croissant-Rouge Turc exerce ses services de secours sans faire la discrimination de conviction de langue et de race et il déploie des assistances à des millions de personnes dans différentes régions du monde.

Au cours de la dernière décennie, le Croissant-Rouge Turc a rendu assistance dans 78 pays en cas de catastrophes naturelles et humanitaire et a répondu aux besoins fondamentaux des personnes en nécessité dans 137 pays (Türk Kızılayı, 2016b). Par exemple après le tremblement de terre de 2005 en Pakistan, de 2010 en Haïti et au Chili, de 2011 au Japon, de 2015 au Népal et en Afghanistan et de 2016 en Equateur, le Croissant-Rouge Turc a envoyé ses assistances (Ministre des Affaires Etrangères de la République de Turquie, 2016).

En dehors de ses services pour l'aide humanitaire dans certains pays comme la Palestine, le Soudan, l'Indonésie, le Sri Lanka, la Kirghizie, le Kosovo, la Somalie, le Pakistan, le Croissant-Rouge Turc réalise des projets afin d'établir la prospérité permanente des peuples en nécessité (Türk Kızılayı, 2016b).

Les services et les assistances du Croissant-Rouge Turc peuvent être considérés comme les exemples de son soft power. Le Croissant-Rouge Turc déploie majoritairement ses assistances en Afrique et au Moyen-Orient qui sont des zones de conflits (Çamır, 2009). En Afrique plus particulièrement au Somali, la plupart des assistances humanitaires sont assurées par le Croissant-Rouge Turc. A cause des problèmes de la sécheresse et de la famine, le Croissant-Rouge Turc continue constamment ses assistances (Mert, 2012).

Une autre région qui a souvent besoin des assistances humanitaires à cause des conflits politique et de la pauvreté, c'est le Moyen Orient. Comme un exemple nous pouvons citer l'aide humanitaire du Croissant-Rouge Turc en 2006 (Mert, 2012). Après les conflits intérieurs en Irak, le Croissant-Rouge Turc a déployé ses assistances

humanitaires d'un montant de 4.5milliards de dollars à Erbil et à Sincar (Demirci, 2016).

Dès le début des conflits en Syrie, la Turquie est l'un des premiers pays qui déploie ses assistances aux syriens. Le Croissant-Rouge est le principal acteur de la Turquie déployant les assistances aux réfugiés. Depuis 2011, la Turquie a constitué 25 camps dans dix différents villes où les besoins fondamentaux et services telles que le logement, la nourriture, la santé, la sécurité, l'éducation etc. des réfugiés sont satisfaits. Actuellement 254.993 syriens vivent dans ces camps (AFAD, 2016). Le Croissant-Rouge Turc offre ses assistances médico-sociales aux syriens en Turquie. A part de ses aides aux camps des réfugiés, il organise des campagnes de l'aide pour aider les syriens en Turquie et même les syriens vivant en Syrie (« Suriyeli çocuklar için », 2014). Avec une nouvelle implémentation, « Kızılay Kart », le Croissant-Rouge Turc rend possible des services comme faire des courses et tirer de l'argent aux syriens vivant en dehors des camps (Fansa, 2016).

### ***3.2.3.2. Fondation pour des Droits de l'Homme et des libertés et de l'Aide***

#### ***Humanitaire (İnsan Hak ve Hürriyetleri ve İnsani Yardım Vakfı –IHH)***

IHH a été créé pour fournir l'aide humanitaire et faire tous les efforts afin d'empêcher la violation des droits et libertés des personnes; d'aider les victimes des catastrophes naturelles, de guerre dans le monde. Les activités de cette fondation avaient commencé comme des efforts volontaires en 1992 et ont été institutionnalisées en 1995 (IHH İnsani Yardım Vakfı, 2016a).

IHH a exercé ses activités sociales et culturelles dans 135 pays dans des diverses régions sur les cinq continents qui lui ont tendu la main. Selon ses objectifs IHH accorde la priorité aux régions frappées par la guerre et en temps de paix, aux zones de

catastrophes naturelles et aux pays et régions pauvres (İHH İnsani Yardım Vakfı, 2016a).

IHH énumère ses objectifs pour atteindre toutes les personnes défavorisées partout où elles se trouvent; prendre toutes les mesures pour lutter contre la violation des libertés fondamentales et des droits de l'homme; jouer un rôle actif dans la résolution de crises internationales au cas où la diplomatie internationale reste insuffisante; prendre les mesures nécessaires pour protéger les civils; trouver les personnes disparues; libérer les captifs; mettre fin à la crise; mener la diplomatie humanitaire en utilisant ses propres canaux de communication et de mobilisation afin d'augmenter la sensibilisation de l'opinion publique; valoriser la vie humaine à travers des intérêts internationaux; protéger les valeurs immuables dans un monde en mutation et préserver toujours les bonnes actions partout pour des personnes en nécessité (İHH İnsani Yardım Vakfı, 2016a).

Les principales campagnes d'aide de IHH ciblent la Syrie, Gaza et les pays d'Afrique à travers l'assistance humanitaire et sanitaire.

En Afrique, IHH soutient les gens à travers différents projets qu'elle réalise. La fondation a pour but de prévenir les maladies causées par la consommation d'eau insalubre et d'assurer un accès facile à l'eau potable par l'ouverture des puits d'eau dans la région. Par exemple en 2011 IHH avait ouvert 56 puits d'eau en Guinée, au Tchad, en Ethiopie et en Somalie. Il existe aussi des travaux pour l'ouverture de 34 autres puits d'eau par l'IHH en régions les plus sèche de l'Afrique tels que le Cameroun, le Burkina Faso, la Somalie, la Sierra Leone, le Tchad, le Soudan (İHH İnsani Yardım Vakfı, 2011).

Depuis le début de la crise, IHH travaille pour aider aux syriens déplacés et ceux qu'ils sont confrontés à des difficultés en Syrie. Outre l'aide d'urgence, IHH

pourvoit le besoin du logement, des vêtements, de l'éducation et des soins de santé des syriens.

En 2015 IHH a accueilli des orphelins syriens; a établi des orphelinats et un hôpital; a distribué des fournitures médicales et a assuré l'aide psychologique à ces personnes afin de se remettre des traumatismes qu'elles ont rencontré. IHH a ouvert des écoles en Syrie. Trois villages de conteneurs et une ville de tente a été créé par IHH en vue de satisfaire des besoins urgence des syriens. A côté de ses assistances énumérées ci-dessus, IHH assure constamment les besoins alimentaires en ouvrant des boulangeries<sup>19</sup> (IHH İnsani Yardım Vakfı, 2016b).

Depuis sa création IHH s'intéresse toujours au problème de Palestine et offre ses soutiens pour résoudre les problèmes. Alors qu'il essaye de satisfaire les besoins des palestiniens sur les territoires où ils vivent, fait des efforts pour défendre les droits des palestiniens sur le plan international. IHH aides orphelins en Palestine, répond aux besoins urgents avec ses assistances humanitaires et alimentaires et il fait des aides financières aux victimes des conflits. IHH développe aussi des projets permanents dans cette région. La fondation commence à rétablir des bâtiments dans certaines régions. Pour faciliter le processus d'atteindre des aides, IHH a restauré le pont de Gaza.<sup>20</sup> Chaque année IHH essaye de satisfaire les besoins des élèves en leur envoyant des livres et des produits nécessaires pour leurs études (IHH İnsani Yardım Vakfı, 2016c).

---

<sup>19</sup>Sur le plan numériques, des aides d'IHH sont; 104.211 orphelins syriens ont été accueillis; 5 orphelinats et un hôpital ont été établis et; 150.000 fournitures médicales ont été distribués et 6.450 personnes ont été bénéficié l'aide psychologique aux afin de se remettre des traumatismes qu'ils ont rencontrés. IHH a ouvert 24 écoles et a approvisionné le soutien logistique de 104 écoles en Syrie. A côté de ces assistances, IHH assure constamment les besoins alimentaires en ouvrant dix boulangeries et en assurant le soutien alimentaire aux 48 boulangeries.

<sup>20</sup> En 2012 IHH a creusé un puits afin de satisfaire les besoins avec les conditions hygiénique. IHH déploie aussi ses assistances dans le domaine de l'éducation.

### ***3.2.3.3. L'Association pour la Recherche et la Sauvetage***

#### ***(Arama Kurtarma Derneği -AKUT)***

AKUT est entièrement une organisation volontaire, non gouvernementale qui est active dans la recherche, l'assistance et le sauvetage pendant toutes les catastrophes naturelles; les accidents ou dans toutes les autres situations d'urgence. AKUT a été fondée le 14 Mars 1996. Jusqu'en 1999, les assistances d'AKUT étaient sur le plan national. Après le tremblement de terre de 1999 à Athènes, AKUT a pris un rôle actif pour les travaux de recherche et de sauvetage. Ensuite AKUT a participé aux opérations de recherche et de sauvetage lors des tremblements de terre à Taiwan en 1999; en Inde en 2001, en Iran en 2003, au Pakistan en 2005; en Haïti en 2010 et au Népal en 2015. A part des tremblements de terre, AKUT a déployé assistances médicales en Mozambique après l'inondation de l'an 2000. Toutes ses activités et ses assistances renforcent la position d'AKUT au sein de la société internationale (Arama Kurtarma Derneği, 2016).

Aujourd'hui, AKUT est incontestablement la principale organisation de recherche et sauvetage en Turquie, avec le plus grand nombre de membres. AKUT coopère aussi bien en Turquie que dans des pays étrangers. En outre avec ses assistances, AKUT présente la générosité des turcs et gagne la sympathie dans la société internationale (Çamır, 2009). En tant qu'une organisation non gouvernementale ses assistances contribuent ainsi le soft power de la Turquie.



#### 4. CONCLUSION

Dans le domaine des relations internationales, la notion de puissance tient une place fondamentale pour analyser les capacités d'action des États. Depuis des siècles, ce terme a gardé sa valeur et son poids au sein des théories politiques. Premièrement les réalistes ont accordé l'importance à ce terme et ils ont établi leurs théories autour de ce terme. Avec l'influence des théories réalistes, les néo-réalistes ont développé le concept de puissance.

En 1990 Joseph Nye, une néolibérale, a classifié les facteurs de la puissance dans son ouvrage intitulé « Bound To Lead: The Changing Nature Of American Power ». Nye a redéfini le concept de puissance et il a fait gagner à ce domaine trois formes de puissances dans relations internationales qui sont *le hard power*, *le soft power* et *le smart power*. Nye a défini le soft power comme la capacité d'influencer les autres afin d'obtenir des résultats que l'on veut en utilisant « l'attrait » plutôt que d'appliquer une coercition.

Depuis que le soft power soit apparu dans les relations interétatiques, les Etats ayant compris son importance ont aidé à la progression de ce concept. Joseph Nye argumente que séduire est plus efficace que contraindre (Nye, 2004). C'est pourquoi, aujourd'hui les Etats ne développent pas seulement des relations économiques et diplomatiques; ils travaillent aussi afin de devenir un acteur effectif des opinions publiques des Etats étrangers. La Turquie également manifeste le même comportement que les autres Etats du point de vue des acteurs du soft power. Ainsi les théoriciens néolibéralistes considèrent le soft power comme une nouvelle puissance du XXI<sup>e</sup> siècle. Donc en partant de cette idée, nous avons expliqué le soft power utilisé par les grandes puissances en tant qu'une forme de puissance du monde contemporain. Ce qui nous a donc facilité de déterminer le soft power de la Turquie. Egalement nous avons ainsi eu

la possibilité de comparer les instruments étatiques et non-étatiques du soft power de la Turquie avec ceux de grandes puissances.

Bref, les instruments du soft power de la Turquie soit étatiques soit non-étatique, manifestent des similarités avec les acteurs des autres pays. Autrement dit la Turquie s'est inspirée des acteurs du soft power des autres Etats.

Par conséquent, selon nos analyses, les zones où les activités du soft power de la Turquie sont exercées, se trouvent particulièrement sur des géographies turcophones, musulmanes ou alors sur les ex-territoires de l'Empire ottoman. Quand nous avons examiné les activités des acteurs du soft power de la Turquie, nous nous sommes rendus compte de l'existence de quatre régions principales d'activité telles que l'Asie Centrale, le Moyen Orient, les Balkans, l'Afrique du Nord. Tandis que la Turquie a des liens communs historiques et culturels enracinés dans son passé, il est normal que les activités du soft power de la Turquie soient orientées vers ces régions. Nous avons aussi constaté que le soft power de la France et du Royaume-Uni est également efficace surtout sur leurs ex-territoires colonisés. Ainsi comme par exemple le soft power de la Russie garde son efficace sur les ex-territoires soviétiques. Ainsi la Turquie aussi de préférence a renforcé ses liens existants.

Nos analyses nous ont menés à un autre résultat : c'est que la Turquie reste inefficace d'établir de nouvelles relations avec les autres régions qui n'ont pas eu un lien historique avec la Turquie. Par exemple comparé avec les Etats-Unis, le principal modèle mondial du soft power, les américains avaient propagé leur culture sur le plan international sans avoir eu un lien historique et culturel avec les sociétés qu'ils ont atteint. Ceci dit nous ne pouvons pas prétendre que la Turquie est un pays ayant bien réussi à travers son soft power. Puisqu'elle a renforcé et rétabli ses liens majoritairement avec les sociétés qu'elle avait déjà possédé des liens.

Une autre remarque que nous avons c'est que la notion de la société civile est récemment apparue en Turquie. Au sein du soft power, les acteurs non étatiques de la Turquie exercent autant et même plus de projets que les acteurs étatiques. C'est pourquoi dans certains événements, le gouvernement turc essaye de rapprocher les acteurs civils au processus de la diplomatie comme un instrument de la politique extérieure. Par exemple nous pouvons mentionner les efforts de TOBB et de TÜSİAD contre l'adaptation de la loi mémorielle adoptée en la faveur des arméniens en France.

Bref, le soft power est une notion récente et très jeune pour la Turquie. Malgré tous ses efforts, nous pouvons dire que l'efficacité du soft power de la Turquie reste encore très limitée dans les régions des Balkans, du Moyen-Orient, de l'Asie Centrale et de l'Afrique du Nord dont elle a ciblé. Alors que dans d'autres régions du monde, la Turquie n'utilisant pas ses potentiels du soft power de manière efficace son soft power reste inefficace.

## REFERENCES

- Adda, S. (2004). TV5: Diversité Culturelle, Francophonie et Mondialisation. *Hermès, La Revue*, (3), p.106-108.
- AFAD. (2016). Repéré à <https://www.afad.gov.tr/tr/2374/Barinma-Merkezlerinde-Son-Durum>.
- Akçadağ, E. (2010). Avrupa Birliği Sürecinde Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü. Repéré à [http://www.politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/avrupa\\_birligi\\_surecine\\_kamu\\_diplomasisi\\_faaliyetlerinde\\_sivil\\_toplum\\_kuruluslarinin\\_rolu.pdf](http://www.politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/avrupa_birligi_surecine_kamu_diplomasisi_faaliyetlerinde_sivil_toplum_kuruluslarinin_rolu.pdf).
- Akçadağ, E. (2014). *Le Potentiel de Smart Power de l'UE: Comment Penser la Puissance Européenne?* (Thèse de Doctorat, l'Université Strasbourg, Strasbourg).
- Akhundova, J. (2015). Fransa Soydaş Politikasında Fransızcanın Ekonomik Getirileri:" Ekonomik Francophonie" Projesi. *Journal of International Social Research*, 8(39).
- Alliance Française. (2016). Qui Sommes Nous. Repéré à <http://www.alliancefr.org/sommes-nous>.
- Almeida, B. S. D., Marchi Júnior, W., & Pike, E. (2014). The 2016 Olympic and Paralympic Games and Brazil's Soft Power. *Contemporary Social Science*, 9(2), p. 271-283.
- Altbach, P. G., & Peterson, P. M. (2008). Higher Education as a Projection of America's Soft Power. Dans Watanabe, Y., & McConnell, D. L.(Ed.) *Soft Power Superpowers: Cultural and National Assets of Japan and the United States*. ME Sharpe.,p. 37-53.
- Alexandre, P. (1969). Francophonie: The French and Africa. *Journal of Contemporary History*, 4(1), p. 117-125.
- Amorim, C. (2010). Les Actions Culturelles sont un Instrument Efficace de la Politique Extérieure. *Géoéconomie*, (4), p. 7-13.
- Arama Kurtarma Derneği. (2016). Repéré à <https://www.akut.org.tr/en>
- Arbatlı, M. S., & Kurar, İ. (2015). Türk Dizilerinin Kazak-Türk Kültürel Etkileşimine Ve Türkçenin Yaygınlaşmasına Etkisi. *Electronic Turkish Studies*, 10(2).
- Arı, T. (2008). *Uluslararası İlişkiler Teorileri: Çatışma, Hegemonya, İşbirliği*. Marmara Kitap Merkezi.Bursa.
- Arslan, Y. (2014). *ABD ve İngiltere'de Kamu Diplomasisi Uygulamalarının Karşılaştırmalı Analizi* (Thèse de Master, Université Uludağ, Bursa).
- Aydoğan, B. & Aydın, H. (2011). *Güç Kavramı, Kamu Diplomasisi ve Güvenlik* (Rapport no:11-02). Ekopolitik Uluslararası İlişkiler Masası. Repéré à [https://www.academia.edu/2519975/G%C3%BC%C3%A7\\_kavram%C4%B1\\_kamu\\_diplomasisi\\_ve\\_g%C3%BCvenlik](https://www.academia.edu/2519975/G%C3%BC%C3%A7_kavram%C4%B1_kamu_diplomasisi_ve_g%C3%BCvenlik).

- Banque Mondiale. (2016). *Tourisme International, Nombre d'Arrivées*. Répéré à <http://donnees.banquemondiale.org/indicateur/ST.INT.ARVL>.
- Başar, H. (2011). *Türkiye'nin Kamu Diplomasisi: Bir Örnek Çalışma TRT*. (Thèse de Master, Université Beykent, İstanbul).
- Berdibek, M. (2012). *Türkiye'nin Ortadoğu'ya Yönelik Kamu Diplomasisi Faaliyetleri ve Etkinlikleri: 2002-2012*. (Thèse, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Ankara).
- British Council. (2016a). *Corporate Plan 2016-20*. Répéré à <https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/corporate-plan-2016-20.pdf>.
- British Council. (2016b). *Our Organisation*. Répéré à <https://www.britishcouncil.org/organisation>.
- Boniface, P. (2011). *La Geopolitique*. Eyrolles, Paris.
- Bristow, M. (2008, 24 août). *China Delighted with Olympics*. *BBC News*. Répéré à <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/7580131.stm>.
- Bry, S. (2015). *The Production of Soft Power: Practising Solidarity in Brazilian South-South Development Projects*. *Canadian Journal of Development Studies/Revue canadienne d'études du développement*, 36(4), p. 442-458.
- Bureau of Educational and Cultural Affairs. (2016). *FFSB Reports/2014*. Répéré à <https://eca.state.gov/fulbright/about-fulbright/j-william-fulbright-foreign-scholarship-board-ffsb/ffsb-reports>.
- Burrell, I. (2015, 23 novembre). *Government Invests £85m in BBC World Service in Soft Power U-turn*. *Independent*. Répéré à <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/government-invests-85m-in-bbc-world-service-in-soft-power-u-turn-a6745736.html>.
- Campus France. (2012). *L'Essentiel des Chiffres Clés n°9*. Répéré à [http://ressources.campusfrance.org/publi\\_institu/etude\\_prospect/chiffres\\_cles/fr/chiffres\\_cles\\_n9\\_essentiel.pdf](http://ressources.campusfrance.org/publi_institu/etude_prospect/chiffres_cles/fr/chiffres_cles_n9_essentiel.pdf).
- Campus France. (2016). *L'Essentiel des Chiffres Clés n°10*. Répéré à [http://ressources.campusfrance.org/publi\\_institu/etude\\_prospect/chiffres\\_cles/fr/chiffres\\_cles\\_n10\\_essentiel.pdf](http://ressources.campusfrance.org/publi_institu/etude_prospect/chiffres_cles/fr/chiffres_cles_n10_essentiel.pdf).
- Chan, J. (2014). *Hong Kong's Umbrella Movement*. *The Round Table*, 103(6), p. 571-580.
- Confucius Institute. (2016a). *Confucius Institute Headquarters*. Répéré à [http://english.hanban.org/node\\_7716.htm](http://english.hanban.org/node_7716.htm).
- Confucius Institute. (2016b). *Le Hanban*. Répéré à <http://french.hanban.org/hb/index.html>.

- Consulat Général du Japon à Strasbourg. (2016). Repéré à [http://www.strasbourg.fr.emb-japan.go.jp/francais/protocole/discours\\_diplomatie.pdf](http://www.strasbourg.fr.emb-japan.go.jp/francais/protocole/discours_diplomatie.pdf).
- Courmont, B., Niquet, V., & Nivet, B. (2011). *Quelle Evolution de la Notion de Puissance et de ses Modes d'Action à l'Horizon 2030, Appliquée aux États-Unis, à l'Europe et à la Chine?* Institut de Relations Internationales et Stratégiques.
- Çamır, M. (2009). *Yumuşak Güç Kavramı ve Türk Dış Politikasında Yumuşak Güç*. (Thèse de Master, Harp Akademisi, İstanbul).
- Çince Bilenin İşi Hazır. (2012, 4 juin). *Sabah*. Repéré à <http://www.sabah.com.tr/egitim/2012/06/04/cince-bilenin-isi-hazir>.
- Çoban, M. (2009). *Türkiye 'de Yahudi Aydınları*. (Thèse de Doctorat, Université Marmara, İstanbul).
- Demir S. & Varlık A.B. (2013). Realist ve Liberal Teorilerde “Güç” Anlayışı, Dans Çomak, H. and Sancaktar C. (Ed.), *Uluslararası İlişkilerde Teorik Tartışmalar*. Beta Basım, İstanbul, p.67-87.
- Das, A. K. (2013). Soft and Hard Power in India's Strategy Toward Southeast Asia. *India Review*, 12(3), p. 165-185.
- Dauvergne, P., & BL Farias, D. (2012). The Rise of Brazil as a Global Development Power. *Third World Quarterly*, 33(5), p. 903-917.
- De Freitas Barbosa, A., Narciso, T., & Biancalana, M. (2009). Brazil in Africa: Another Emerging Power in the Continent? *Politikon*, 36(1), p. 59-86.
- De Saint Robert, M. J. (2010). L'utilisation du Français dans les Négociations et les Organisations Internationales. *Géoéconomie*, (4), p.113-123.
- Demir, V. (2012). Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç. *Beta Yayınları*. İstanbul.
- Demirci, R. (2016). Türk Kızılayı'ndan Iraklılara Konteyner Desteği. Repéré à [http://www.dha.com.tr/turk-kizilayindan-iraklilara-konteyner-destegi\\_1279400.html](http://www.dha.com.tr/turk-kizilayindan-iraklilara-konteyner-destegi_1279400.html).
- Demirtepe, M. T., & Özertem, H. S. (2013). Yükselen Tehdit Algısı Karşısında Çin'in Yumuşak Güç Siyaseti: Politikalar Ve Sınırlılıkları. *Bilig Dergisi*, 65, p. 95-118.
- Deniz, A. Ç. (2010). Gümüş Dizisinin Arap Kamuoyuna Etkileri Bir Sosyal Medya İncelemesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), p. 50-67.
- Dhanapalan, B. (2014). Communicating India's Soft Power: Buddha to Bollywood. *Asian Journal of Communication*, 24(6), p. 617-618.
- Dormagen, J. Y., & Mouchard, D. (2009). *Introduction à la Sociologie Politique*. De Boeck Supérieur.

- Dünyanın En Renkli Festivali Türkiye’de. (2015, 6 Avril). *Habertürk*. Repéré à <http://www.haberturk.com/kultur-sanat/haber/1062532-dunyanin-en-renkli-festivali-turkiyede>.
- Ekşi, M. (2014). *Kamu Diplomasisi ve AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Emin, N. (2013). Balkanlar’da Türk Dizilerine Olan İlgiyi Nasıl Okumalı? Repéré à <http://odak.setav.org/page/balkanlarda-turk-dizilerine-olan-ilgiyi-nasil-okumali/5701>.
- Erdağ, R. (2008). *Türk Dış Politikasında Türk İşbirliğine Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA): Kuruluşu, Faaliyetleri ve Kuramsal Çerçevesi*. (Thèse de Master, Université Sakarya, Sakarya).
- Erguvan, E. (2010). *The Instruments Of Soft Power Within Turkish Foreign Policy In The Post- Cold War Era: Turkish International Cooperation And Development Agency (Tika) As A Case Of Turkey's Soft Power Application*. (Thèse de Master, l’Université Marmara, İstanbul).
- Fansa, Ö. (2016, 10 janvier). Suriyeliler "Kızılay Kart" ile İhtiyaçlarını Karşılıyor. *Anadolu Ajansı*. Repéré à <http://aa.com.tr/tr/turkiye/suriyeliler-kizilay-kart-ile-ihytiyacilarini-karsiliyor/503020>.
- Felknerová, P. (2014). *Nation Branding as a Soft Power Building Tool. The Case of Germany*. (Thèse de Master, Université Karlova, Prague).
- Franck, M. (2004). Les Entreprises Françaises Mondiales et l’Usage du Français... *Hermès, La Revue*, (3), p. 158-162.
- Fraser, M. (2008). American Pop Culture as Soft Power, Dans Watanabe, Y., & McConnell, D. L.(Ed.) *Soft Power Superpowers: Cultural and National Assets of Japan and the United States*. ME Sharpe.
- Fondation Russkyi Mir. (2016a). Objectifs et Missions. Repéré à <http://ruskiymir.ru/languages/france/Tseli.htm>.
- Fondation Russkyi Mir. (2016b).Centres Russes de la Fondation « Russkyi mir ». Repéré à <http://ruskiymir.ru/languages/france/whatis.htm>.
- Fouquier, E., & Camel, E. C. (2010). La Communication Interne, Nouveau «Soft Power». *L’Expansion Management Review*, (4), p.114-122.
- Fullbright Foreign Student Program. (2016). History. Repéré à <http://foreign.fulbrightonline.org/about/history>.
- Gazeau-Secret, A. (2010). Francophonie et Diplomatie d’Influence.*Géoéconomie*, (4), p. 39-56.
- Giulianotti, R. (2015). The Beijing 2008 Olympics: Examining the Interrelations of China, Globalization, and Soft Power. *European Review*, 23(2), 286.

- Goethe Institut. (2016). Qui sommes-nous ? Repéré à <https://www.goethe.de/ins/fr/fr/sta/par/ueb.html>.
- Gouvernement du Royaume-Uni. (2016a). Foreign & Commonwealth Office. Repéré à <https://www.gov.uk/government/organisations/foreign-commonwealth-office/about>.
- Gouvernement du Royaume-Uni. (2016b). The Commonwealth. Repéré à <https://www.gov.uk/government/policies/the-commonwealth>.
- Grix, J., Brannagan, P. M., & Houlihan, B. (2015). Interrogating States' Soft Power Strategies: A Case Study of Sports Mega-Events in Brazil and the UK. *Global society*, 29(3), p. 463-479.
- Guerlain, P. (2014, 08 mai). Soft Power: La Fin d'une Légende et la Mort d'un Concept. *Le Huffington Post*. Repéré à [http://www.huffingtonpost.fr/pierre-guerlain/influence-soft-power-etats-unis\\_b\\_5271305.html](http://www.huffingtonpost.fr/pierre-guerlain/influence-soft-power-etats-unis_b_5271305.html).
- Gür, N. (2014). Yeni Türkiye'nin Yumuşak Güç Unsuru: Turizm. Repéré à <http://setav.org/tr/yeni-turkiyenin-yumusak-guc-unsuru-turizm/perspektif/16218>.
- Halidov, İ. (2014). Rusya'nın Yumuşak Güç Araçları. *Avrasya İncelemeleri Dergisi*, 3(1), p. 37-75.
- Hart, J. (1976). Three Approaches to the Measurement of Power in International Relations. *International Organization*, 30(02), p. 289-305.
- Has, K. (2013, juin). Rus Dış Politikasında Yükselen Trend Yumuşak Güç. *Analist*. Repéré à <http://www.analistergisi.com/sayi/2013/06/rus-dis-politikasinda-yukselen-trend-yumusak-guc>.
- Hawes, M. (2010). Canada's Soft Power and Public Diplomacy. Repéré à [http://uscpublicdiplomacy.org/pdin\\_monitor\\_article/canadas\\_soft\\_power\\_and\\_public\\_diplomacy](http://uscpublicdiplomacy.org/pdin_monitor_article/canadas_soft_power_and_public_diplomacy).
- Hello Kitty Named Japan's Tourism Ambassador to China and Hong Kong. (2008, 19 mai). *NY Daily News*. Repéré à <http://www.nydailynews.com/news/world/kitty-named-japan-tourism-ambassador-china-hong-kong-article-1.328249>.
- Heng, Y. K. (2014). Beyond 'Kawaii' Pop Culture: Japan's Normative Soft Power as Global Trouble-Shooter. *The Pacific Review*, 27(2), p. 169-192.
- Huyghe, F. B. (2011). Soft Power: l'Apprenti Sorcier. *Médium*, (2), p. 76-90.
- Hymans, J. E. (2009). India's Soft Power and Vulnerability. *India Review*, 8(3), p. 234-265.
- İHH İnsani Yardım Vakfı. (2011). İHH Inaugurates 56 New Water Wells in Africa. Repéré à <https://www.ihh.org.tr/en/news/ihh-inaugurates-56-new-water-wells-in-africa-996>.
- İHH İnsani Yardım Vakfı. (2016a). Hakkımızda. Repéré à <https://www.ihh.org.tr/hakkimizda>.



- İHH İnsani Yardım Vakfı. (2016b). Suriye Faaliyet Raporu. Repéré à <https://www.ihh.org.tr/haber/suriye-2015-faaliyet-raporu-3127>.
- İHH İnsani Yardım Vakfı. (2016c). Gazze Yardımları. Repéré à <https://www.ihh.org.tr/tr/main/pages/gazze-yardimlari/327>.
- Inoguchi, T. (2012). Introduction to the Special Issue: Soft Power of Civil Society in International Relations. *Japanese Journal of Political Science*, 13(04), p. 473-476.
- Iwabuchi, K. (2002). "Soft" Nationalism and Narcissism: Japanese Popular Culture Goes Global. *Asian Studies Review*, 26(4), p. 447-469.
- İşbilir, C. (2014). *Hariciyenin Yeni Aktörleri: Yeni Türkiye'nin İnce Gücü*. İlmek Kitap. İstanbul.
- Janneh, A. et Ping, J. (2012, mars). *L'Afrique en tant que Pôle de Croissance Mondiale*. Communication présentée au Conférence des ministres de l'économie et des finances de l'UA et de la conférence des ministres africains des finances, de la planification et du développement économique de la CEA, Addis-Abeba. Repéré à <http://pages.au.int/sites/default/files/OP-ED.FRENCH.VERSION.pdf>.
- Jeangene Vilmer, J. B. (2011, 01 décembre). Existe-t-il un "Effet CNN" ? L'Intervention Militaire et les Médias. *L'Institut National de l'Audiovisuel*. Repéré à <http://www.inaglobal.fr/idees/article/existe-t-il-un-effet-cnn-lintervention-militaire-et-les-medias>.
- Julia, M. (2008). La Démocratie dans le Projet Politique de l'Organisation Internationale de la Francophonie. *The Round Table*, 97(399), 825-838.
- Kalın, İ. (2006). Türkiye'nin İnce Gücü. Repéré à <http://arsiv.setav.org/public/HaberDetay.aspx?Dil=tr&hid=11330&q=turkiye-nin-ince-gucu#>.
- Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (2015). Turkey's International Prestige Gains Strength with THY. Repéré à <http://kdk.gov.tr/en/sayilarla/turkeys-international-prestige-gains-strength-with-thy/13>.
- Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (2016a). Kuruluş. Repéré à <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/kurulus/7>.
- Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (2016b). Vizyon & Misyon. Repéré à <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/vizyon-misyon/8>.
- Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (2016c). Üniversite Programları. Repéré à <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/kamu-diplomasisi-panelleri/24>.
- Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (2016d). Ülke Toplantıları. Repéré à <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/ulke-toplantilari/47>.

- Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (2016e). Uluslararası Basını Bilgilendirme Faaliyetleri. Repéré à <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/uluslararasi-basini-bilgilendirme/17>.
- Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (2016f). Turkey's Soap Opera Exports Reaches 200 Billion Dollars. Repéré à <http://kdk.gov.tr/en/haber/turkeys-soap-opera-exports-reaches-200-billion-dollars/507>.
- Kaya, K. (2014). *Türkiye'nin Afrika Açılım Stratejisinde Uluslararası Öğrenci Hareketliliğinin Rolü*. (Thèse, T.C. Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Ankara).
- Klabunde, N. (2009). Cultural Diplomacy as “Soft Power” and the Need for Cultural Knowledge in Germany's Mission in Afghanistan. Repéré à [https://www.researchgate.net/publication/297431730\\_Cultural\\_Diplomacy\\_as\\_Soft\\_Power\\_and\\_the\\_Need\\_for\\_Cultural\\_Knowledge\\_in\\_Germany%27s\\_Mission\\_in\\_Afghanistan](https://www.researchgate.net/publication/297431730_Cultural_Diplomacy_as_Soft_Power_and_the_Need_for_Cultural_Knowledge_in_Germany%27s_Mission_in_Afghanistan).
- Kocaoğlu, M. (1993). *Uluslararası İlişkiler*. Ankara.
- Kovacik, T. (2013). *Le Littoral Russe de la Mer Noire : Nouvel Objet de Diplomatie Publique pour la Russie*. (Thèse de Master, Université la Sorbonne, Paris).
- Lang, O.K. (2015). Germany, the European Union, and Their Gentle Force in the European Neighbourhood – A Comparison of Two Soft Power Engines. Dans Rostoks, T. & Spruds, A. (Ed.) *The Different Faces of “Soft Power”: The Baltic States and Eastern Neighborhood between Russia and the EU*. Latvian Institute of International Affairs. p. 30-62.
- Lasswell, H. D., & Kaplan, A. (2013). *Power and Society: A Framework for Political Inquiry*. Transaction Publishers.
- Lee, K., Chagas, L. C., & Novotny, T. E. (2010). Brazil and the Framework Convention on Tobacco Control: Global Health Diplomacy as Soft Power. *PLoS Med*, 7(4).
- Leonard, M., Small, A., & Rose, M. (2005). *British Public Diplomacy in the 'Age of Schisms'*. London: Foreign Policy Centre.
- L'Inde et Bollywood : Le Point de Vue de Shashi Tharoor. (2008, 26 janvier). *Le Figaro*. Repéré à <http://www.lefigaro.fr/debats/2008/01/26/01005-20080126ARTFIG00050-l-inde-et-bollywood-le-point-de-vue-de-shashi-tharoor-.php>.
- Lord, C. (2005). Diplomatie Publique et Soft Power. *Politique américaine*, (3), p. 61-72.
- Maaß, K. J. (2014). Soft Power – der Unterschätzte Teil der Außenpolitik. Repéré à <http://www.aussenpolitik-weiter-denken.de/en/blog/article/soft-power-der-unterschaetzte-teil-der-aussenpolitik.html>.
- Machiavel, N. (2004). Le Prince, Traduit de l'Italien par Jean-Vincent Périès (1851), Notes et Commentaires de Patrick Dupouey, Préface d'Étienne Balibar. *Paris, Nathan*.

- Machiavelli, N. (2010). *Prens*. Bordo Siyah Yayınları. İstanbul.
- Malis, C. (1995). Raymond Aron et le Concept de Puissance. *Le Trimestre du Monde*, 3.
- Martin, R. (1971). The Concept of Power: A Critical Defence. *The British Journal of Sociology*, 22(3), 240-256.
- McClory, J. (2015). *The Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power*. London: Portland Communications.
- Mert, A.O. (2012). *Türkiye'nin Sahraaltı Afrika Ülkelerine Yönelik Kamu Diplomasisi Faaliyetleri (2005-2011)*. (Thèse, T.C. Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Ankara).
- Ministre des Affaires Etrangères de la République de Turquie. (2016). Repéré à [http://www.mfa.gov.tr/turkiye\\_nin\\_inساني-yardimlari.tr.mfa](http://www.mfa.gov.tr/turkiye_nin_inساني-yardimlari.tr.mfa).
- Morgenthau, H. J., Oskay, Ü., & Oran, B. (1970). *Uluslararası Politika: Güç ve Barış Mücadelesi*. Türk Siyasi İlimler Derneği. Ankara.
- Mukherjee, R. (2014). The False Promise of India's Soft Power. *Geopolitics, History, and International Relations*, (1), p. 46-62.
- Mullen, R.D. & Ganguly, S. (2012, 8 mai). The Rise of India's Soft Power. *Foreign Policy*. Repéré à <http://foreignpolicy.com/2012/05/08/the-rise-of-indias-soft-power/>
- Najjar, A., 2010, La Francophonie, un Mouvement Culturel ou Politique ? *Géoéconomie*, 4(55), p. 131-134.
- Nation Branding "Made in Germany". (2012, 21 mars). Repéré à <https://publicandculturaldiplomacy6.wordpress.com/2012/03/21/nation-branding-made-in-germany-13/>
- Neathery-Castro, J., & Rousseau, M. O. (2005). Does French matter? France and Francophonie in the Age of Globalization. *The French Review*, p. 678-693.
- Number of Foreign Students in Russia Climbed 14% in 2014. (2015, 19 fevrier). *The Moscow Times*. Repéré à <https://themoscowtimes.com/news/number-of-foreign-students-in-russia-climbed-14-in-2014-44067>.
- Nye, J. (2004, 3 mai). Europe's Soft Power, How Can Europe's Soft Power Supplement U.S. Efforts in Its Fight Against Terrorism? *The Globalist*. Repéré à <http://www.theglobalist.com/europes-soft-power/>.
- Nye, J. (2005). *Yumuşak Güç*. trad. Reyhan İnan Aydın. İstanbul: Elips Yayınları.
- Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American academy of political and social science*, 616(1), p. 94-109.

- Nye Jr, J. S. (2012). Obama and Smart Power, Dans Cox, M. & Stokes, D. (Ed.) *US Foreign Policy*. Oxford University Press, p. 97-107.
- Nurođlu, E. (2014). Dizi Turizmi: Orta Dođu Ve Balkanlar'dan Gelen Turistlerin Türkiye'yi Ziyaret Kararında Türk Dizileri Ne Kadar Etkili?. 5. *Uluslararası İstanbul İktisatçılar Zirvesi*, 27.
- Odagiri, H., & Gotō, A. (1996). *Technology and Industrial Development in Japan: Building Capabilities by Learning, Innovation, and Public Policy*. Oxford University Press.
- Olins, W. (2005). Making a National Brand. Dans Melissen, J. *The New Public Diplomacy*. Palgrave Macmillan UK. p. 169-179.
- Organski, A. F., & Kugler, J. (1981). *The War Ledger*. University of Chicago Press.
- Otmazgin, N. K. (2012). Geopolitics and Soft Power: Japan's Cultural Policy and Cultural Diplomacy in Asia. *Asia-Pacific Review*, 19(1), p.37-61.
- Özdemir, H. (2008). Uluslararası İlişkilerde Güç: Çok Boyutlu Bir Deđerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(03), p. 113-144.
- Özertem, H. S. (2009). *Russia's Soft Power in the Post Soviet Space* (Thèse de Doctorat, Université Technique du Moyen-Orient, Ankara).
- Özkan, M., & Akgün, B. (2010). Turkey's Opening to Africa. *The Journal of Modern African Studies*, 48(04), p. 525-546.
- Paradise, J. F. (2009). China and International Harmony: The role of Confucius Institutes in Bolstering Beijing's Soft Power. *Asian Survey*, 49(4), p. 647-669.
- Parlement du Royaume-Uni. (2014). Select Committee on Soft Power and the UK's Influence First Report. Repéré à <http://www.publications.parliament.uk/pa/ld201314/ldselect/ldsoftpower/150/15002.htm>.
- Parlement du Royaume-Uni. (2016). The Committee on Soft Power and the UK's Influence – role. Repéré à <http://www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/lords-select/soft-power-and-the-uks-influence/role/>.
- Potter, E. (2002). Canada and the New Public Diplomacy. *International Journal*, 58(1), p. 43-64.
- Ren, X., & Montgomery, L. (2015). Open Access and Soft Power: Chinese Voices in International Scholarship. *Media, Culture & Society*, 37(3), p. 394-408.
- Rio 2016. (2016). Attraction de la Ville. Repéré à <http://www.rio2016.com/fr/rio-de-janeiro/attractions-de-la-ville>.
- Rose, R. (2005). Language, Soft Power and Asymmetrical Internet Communication (Rapport no: 7). Oxford Internet Institute.

- Roselle, L., Miskimmon, A., & O'Loughlin, B. (2014). Strategic Narrative: A New Means to Understand Soft Power. *Media, War & Conflict*, 7(1), p. 70-84.
- Ruiz, N. G. (2014). The Geography of Foreign Students in US Higher Education: Origins and Destinations. Repéré à <https://www.brookings.edu/interactives/the-geography-of-foreign-students-in-u-s-higher-education-origins-and-destinations/>.
- Russia Today. (2016). About RT. Repéré à <https://www.rt.com/about-us/>.
- Sandıklı, A. (2015). *Türkiye'nin Jeopolitiği: Yumuşak Güç Savaşları ve Terörizm*. Bilgesam Yayınevi. İstanbul.
- Saragosse, M. C. (2010). TV5MONDE, Ce n'est pas Seulement une Chaîne de TV, C'est tout un Projet Culturel. *Géoéconomie*, (4), p. 107-112.
- Seidlhofer, B. (2005). English as a Lingua Franca. *ELT journal*, 59(4), p. 339-341.
- Selçuk, O. (2013). Turkish Airlines: Turkey's Soft Power Tool in the Middle East. *Akademik Orta Doğu*, p. 175-199.
- Softly Does It. (2015, 18 juillet). *The Economist*. Repéré à <http://www.economist.com/news/britain/21657655-oxbridge-one-direction-and-premier-league-bolster-britains-power-persuade-softly-does-it>.
- Solvit, S. (2014, 13 juillet). Pour un Smart-Power à la Française. *Le Huffington Post*. Repéré à [http://www.huffingtonpost.fr/samuel-solvit/pour-un-smart-power-a-la-francaise\\_b\\_5574045.html](http://www.huffingtonpost.fr/samuel-solvit/pour-un-smart-power-a-la-francaise_b_5574045.html).
- Stewart, A. (2000). *Theories of Power and Domination: The Politics of Empowerment in Late Modernity*. Sage.
- Sur, S. (2006). *Relations Internationales*. Montchrestien. Paris.
- Suriyeli Çocuklar İçin "Sana İhtiyacım Var". (2014, 30 janvier). *Hürriyet*. Repéré à <http://www.hurriyet.com.tr/suriyeli-cocuklar-icin-sana-ihtiyacim-var-25699084>.
- Taglioni, F. (2004). La Francophonie Océanienne. *Hermès, La Revue*, (3), 247-254.
- The Alexander Gorchakov Public Diplomacy Fund. (2016). About us. Repéré à <http://gorchakovfund.ru/en/about/>.
- The British Broadcasting Corporation. (2016a). BBC World Service Soft Power. Repéré à <http://www.bbc.co.uk/programmes/b06qv7rb>.
- The British Broadcasting Corporation. (2016b). Languages. Repéré à <http://www.bbc.co.uk/ws/languages>.
- The Voice of America. (2016). Languages. Repéré à [http://www.voanews.com/info/language\\_sites/2378.html](http://www.voanews.com/info/language_sites/2378.html).

- TRT. (2016a). Tarihçe. Repéré à <http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx>.
- TRT. (2016b). Repéré à <http://www.trt.net.tr/francais/content/Trt-Tv>.
- TRT ve AA Türkiye'nin Dünyaya Açılan Yüzü. (2014, 9 Septembre). *TRT Haber*. Repéré à <http://www.trthaber.com/haber/gundem/trt-ve-aa-turkiyenin-dunyaya-acilan-yuzu-143622.html>.
- Turkish Airlines. (2016). Vision and Values. Repéré à <http://www.turkishairlines.com/en-tr/corporate/visio-and-value>.
- Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı. (2012). Faaliyet Raporu. Repéré à <http://www.tika.gov.tr/upload/oldpublication/tika2012AnnRep.pdf>.
- Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı. (2014). Faaliyet Raporu. Repéré à <http://www.tika.gov.tr/upload/2016/Prestij%20Eserler/Faaliyet%20Raporu%202014.pdf>.
- Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı. (2016). Hakkımızda. Repéré à <http://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/hakkimizda-14649>.
- Türk Kızılayı. (2016a). Kurumsal. Repéré à <https://www.kizilay.org.tr/Kurumsal>.
- Türk Kızılayı. (2016b). Neler Yapıyoruz. Repéré à <https://www.kizilay.org.tr/NelerYapiyoruz/international-services>.
- Türk Tanıtma Vakfı. (2016a). Repéré à [http://www.tutav.org.tr/?page\\_id=72](http://www.tutav.org.tr/?page_id=72).
- Türk Tanıtma Vakfı. (2016b). Tütav Başkanı Kemal Baytaş'ın, Rus Büyükelçisi Andrey Karlov'un Onuruna Verdiği Yemekte Karlov'un Yaptığı Konuşma. Repéré à <http://www.tutav.org.tr/?project=tutav-baskani-kemal-baytasin-rus-buyukelcisi-andrey-karlovun-onuruna-verdigi-yemekte-karlovun-yaptigi-konusma>.
- Türkiye Bursları. (2016a). Eğitim İçin Türkiye. Repéré à <http://www.turkiyeburslari.gov.tr/index.php/tr/turkiye-burslari/egitim-icin-turkiye>.
- Türkiye Bursları. (2016b). Burs Programları. Repéré à <http://www.turkiyeburslari.gov.tr/index.php/tr/turkiye-burslari/burs-programlari>.
- Türkiye Müteahhitler Birliği. (2016). Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri - 2016 / Nisan. Repéré à [http://www.tmb.org.tr/doc/file/YDMH\\_Nisan\\_2016.pdf](http://www.tmb.org.tr/doc/file/YDMH_Nisan_2016.pdf).
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği. (2010). Turkey-Africa Chamber's 2011-2012 Action Plan was signed at the African International. Repéré à <http://tobb.org.tr/Sayfalar/Eng/Detay.php?rid=83&lst=MansetListesi>.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği. (2016). Repéré à [http://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Kurulus\\_Gorev\\_Organ.php#](http://www.tobb.org.tr/Sayfalar/Kurulus_Gorev_Organ.php#).



- Türkiye'nin Dizi İhracatı 250 Milyon Dolara Çıktı. (2016, 13 janvier). *Hürriyet*. Repéré à <http://www.hurriyet.com.tr/turkiyenin-dizi-ihracati-250-milyon-dolara-cikti-40039868>.
- TÜSİAD. (2016a). Tüsiad Hakkında. Repéré à <http://tusiad.org/tr/tusiad/hakkinda>.
- TÜSİAD. (2016b). TÜSİAD International Afrika'da İş ve Yatırım Olanaklarını Ele Alan bir Seminer Düzenledi. Repéré à <http://tusiad.org/tr/component/k2/item/6172-tusiad-international-afrikada-is-ve-yatirim-olanaklarini-ele-alan-bir-seminer-duzenledi?Itemid=246>.
- Van Herpen, M. H. (2015). *Putin's Propaganda Machine: Soft Power and Russian Foreign Policy*. Rowman & Littlefield.
- Verluisse, P. (2013, 10 novembre). Géopolitique - La puissance, quels sont Ses Fondamentaux ?. Repéré à <http://www.diploweb.com/Geopolitique-La-puissance.html>.
- Walker, E. (2008, 21 mai). Top Cat: How 'Hello Kitty' Conquered the World. *Independent*. Repéré à <http://www.independent.co.uk/news/world/asia/top-cat-how-hello-kitty-conquered-the-world-831522.html>.
- Wang, Y. (2008). Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), p. 257-273.
- Weber, D. (2003). *Léviathan de Hobbes*. La Philothèque, Bréal, Rosny, France.
- Wilson, E. J. (2008). Hard Power, Soft Power, Smart Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 110-124.
- Wittig, P. (2007). Die Rolle und das Verständnis von Soft Power in der Deutschen Außenpolitik. *Außenwissenschaftspolitik–Wissenschaftsaußenpolitik*. Bonn: Arbeits- und Diskussionspapier, 7, p. 8-10.
- Wolfe, S. D. (2015). A Silver Medal Project: The Partial Success of Russia's Soft Power in Sochi 2014. *Annals of Leisure Research*, p. 1-16.
- Yakushiji, T. (2009). The Potential of Science and Technology Diplomacy. *Asia-Pacific Review*, 16(1), p. 1-7.
- Yılmaz, S. (2010). State, Power, and Hegemony. *International Journal of Business and Social Science*, 1(3).
- Yılmaz, S. (2011). Yumuşak Güç ve Evrimi. *Turan Stratejik Araştırmalar*, 3(12), p. 31-36.
- Yılmaz, S. (2012). *Akıllı Güç*, Kum Saati Yayınları. İstanbul.
- Yunus Emre Enstitüsü. (2016a). Repéré à <http://www.yee.org.tr/tr/yunusemreenstitusu>.
- Yunus Emre Enstitüsü. (2016b). Repéré à <http://www.yee.org.tr/tr/misyon>.

- Yunus Emre Enstitüsü. (2016c). Le rapport d'activité du Décembre 2015. Repéré à [http://www.yee.org.tr/CMS/Files/Stratejik\\_Plan.pdf](http://www.yee.org.tr/CMS/Files/Stratejik_Plan.pdf).
- Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları. (2016a). Repéré à <https://www.ytb.gov.tr/kurumsal.php>.
- Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları. (2016b). Vatandaşlık Çalışmaları. Repéré à [https://www.ytb.gov.tr/ayrimcilikla\\_mucadele.php](https://www.ytb.gov.tr/ayrimcilikla_mucadele.php).
- Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları. (2016c). Eğitim. Repéré à [https://www.ytb.gov.tr/diaspora\\_burs.php](https://www.ytb.gov.tr/diaspora_burs.php).
- Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları. (2016d). Kültürel Ve Sosyal Programlar. Repéré à [https://www.ytb.gov.tr/kulturel\\_calisma.php](https://www.ytb.gov.tr/kulturel_calisma.php).
- Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları. (2016e). Kültürel Çalışmalar. Repéré à [https://www.ytb.gov.tr/kulturel\\_miras.php](https://www.ytb.gov.tr/kulturel_miras.php).
- Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları. (2016f). Eğitim ve Gençlik. Repéré à [https://www.ytb.gov.tr/genclik\\_calisma.php](https://www.ytb.gov.tr/genclik_calisma.php).
- Yurtdışı Türk ve Akraba Toplulukları. (2016f). Tematik Çalışmalar. Repéré à [https://www.ytb.gov.tr/is\\_birligi.php](https://www.ytb.gov.tr/is_birligi.php).
- Zhen, L. (2016). Hollywood Movies as Commodity and Culture: A Historical Review. *Cross-Cultural Communication*, 12(1), 12-15.
- Zheng, D. E. (2009). China's use of soft power in the developing world. Dans McGiffert, C. (Ed.). *Chinese Soft Power and Its Implications for the United States: Competition and Cooperation in the Developing World: a Report of the CSIS Smart Power Initiative*. Csis. p. 1-9.