

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA PRATIQUE DE LA DIPLOMATIE PUBLIQUE SELON LE
DÉVELOPPEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE DE L'ÉTAT CIBLÉ: LE CAS DU
CANADA DE 1998 À 2008

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN SCIENCE POLITIQUE

PAR
ANNIE HAMEL

MARS 2010

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 -Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

AVANT-PROPOS

En 2006, j'ai eu la chance d'effectuer un stage au sein d'une ONG de Washington D.C qui avait pour objectif de traiter des enjeux des Amériques. Comme tout bon stagiaire, j'ai eu la tâche de m'occuper de la revue de presse, c'est-à-dire d'éplucher le *Washington Post*, le *Washington Times* et le *Financial Times* pour faire ressortir les diverses actualités de la région étudiée.

Il est apparu évident avec le temps que peu d'articles traitaient du Canada. Pourtant, plusieurs événements ou dossiers auraient mérité une couverture aux États-Unis tels que l'élection du nouveau gouvernement conservateur, le différend sur le bois d'œuvre ou encore le scandale des commandites. Même la section voyage aurait pu être plus loquace...

Lors de conférences sur les relations canado-américaines ou concernant l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), la question revenait fréquemment; comment faire en sorte que le Canada devienne plus important aux yeux des Américains et des Mexicains? Comment faire en sorte qu'il y ait davantage de liens entre les sociétés, plus de commerce, bref plus d'échanges, et ce, à tous les niveaux? Certains spécialistes semblaient dire que le peu d'attention attribuée au Canada était en fait un bien; pas de nouvelles, bonnes nouvelles, dirait-on. Est-ce que le Canada était destiné à rester dans l'ombre, à ne pas avoir voix au chapitre? Et s'il en décidait autrement, quels outils étaient à sa disposition?

Les prochaines pages présentent quelques pistes qui ont été inspirées par ce questionnement.

J'aimerais prendre le temps de remercier ici quelques personnes qui d'une manière ou d'une autre m'ont aidé, soutenu et assisté pour cette recherche.

Tout d'abord, ma reconnaissance va à M. Stéphane Roussel, professeur de science politique à l'UQÀM, qui en plus de me diriger, m'a généreusement ouvert son carnet d'adresses.

Au-delà du mémoire, les études universitaires ont été une aventure qui aurait été impossible sans le soutien de ma famille, Georges, Joan et Jean-François Hamel.

Avec toute mon affection, j'adresse un clin d'œil particulier à mon « partenaire de course », Raphaël Godue.

Merci également à des amis de longue date qui s'informaient régulièrement de ma progression, Geneviève Breault, Francisca Müller, Sylvain Drouin et Florence Larocque.

J'aimerais dédier ce travail à la mémoire d'une femme d'exception, Raymonde B. Carrier.

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS.....	ii
LISTE DES TABLEAUX.....	v
LISTE DES ABRÉVIATIONS.....	vi
RÉSUMÉ.....	vii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
DIPLOMATIE PUBLIQUE ET POLITIQUE ÉTRANGÈRE CANADIENNE, 1998 À 2008	20
1.1 Historique et fonctionnement de la diplomatie publique canadienne.....	20
1.1.1 La diplomatie publique en tant que secteur d'activité.....	22
1.1.2 La diplomatie publique en tant que programme.....	33
1.1.3 Dates charnières.....	35
1.2 Conclusion.....	38
CHAPITRE II	
DIPLOMATIE PUBLIQUE ET ÉTATS DÉVELOPPÉS.....	40
2.1 Le Canada envers les pays développés.....	40
2.2 France.....	42
2.3 Royaume-Uni.....	49
2.4 Conclusion.....	53
CHAPITRE III	
DIPLOMATIE PUBLIQUE ET ÉTATS ÉMERGENTS.....	56
3.1 Le Canada envers les pays émergents.....	56
3.2 Chine.....	58

3.3 Inde.....	66
3.4 Conclusion.....	72
CHAPITRE IV	
DIPLOMATIE PUBLIQUE ET ÉTATS EN DÉROUTE.....	75
4.1 Le Canada envers les pays en déroute.....	75
4.2 Haïti	77
4.3 Afghanistan	83
4.4 Conclusion.....	85
CONCLUSION.....	
BIBLIOGRAPHIE.....	98

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
1.1 Dépenses internationales en diplomatie publique, 2004-2005.....	6
1.2 Trois types de puissances selon Joseph S. Nye.....	12
6.1 Les instruments de diplomatie publique du Canada selon le type d'États ciblé.....	91

LISTE DES ABRÉVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

ACDI	Agence canadienne de développement international
AIBD	« Asia Institute for Broadcasting Development »
BACS	« British Association for Canadian Studies »
BBC	« British Broadcasting Corporation »
BCEI	Bureau canadien de l'éducation internationale
CEC	Centre d'éducation canadien
CIEC	Conseil international d'études canadiennes
ÉPI	Énoncé de politique internationale
G8	Groupe des 8
MAECI	Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
OÉA	Organisation des États américains
OTAN	Organisation du traité de l'Atlantique Nord
PDP	Programme de diplomatie publique
PPA	Programme de promotion des arts
RCI	Radio Canada International
RR	Rapport ministériel sur le rendement
TIC	Technologies de l'information et des communications
UE	Union européenne

RÉSUMÉ

L'environnement international changeant – guerre au terrorisme, révolution dans le secteur des technologies de l'information et des communications – a permis à la diplomatie publique, soit une diplomatie d'État-à-population de réémerger comme une pratique de la politique étrangère de plusieurs États à travers le monde. Ce mémoire a posé la question de savoir si la diplomatie publique canadienne s'élaborerait de manière différente selon le type d'État ciblé, soit les pays développés, émergents et en déroute. Afin de pouvoir établir des comparaisons, deux pays ont été choisis pour chaque type d'États: la France, le Royaume-Uni, la Chine, l'Inde, Haïti et l'Afghanistan. La question a été analysée selon la théorie du « soft power » énoncée par Joseph S. Nye et évaluée empiriquement grâce à l'étude de documents gouvernementaux ciblés. Les résultats de cette étude démontrent que certaines tendances ressortent lorsque la pratique de la diplomatie canadienne est analysée en fonction des trois types d'État.

Mots clés: Diplomatie publique, Canada, États émergents, États développés, États en déroute

INTRODUCTION

DIPLOMATIE PUBLIQUE ET CAPACITÉ DE RALLIEMENT

«Power over opinion is therefore not less essential for political purposes than military and economic power, and has always been associated with them»
(E.H. Carr, 1939, *The Twenty Years' Crisis*)

Comme le stipulait Evan H. Potter, professeur d'Ottawa en communication, c'est maintenant un cliché d'affirmer que les attaques du 11 septembre 2001 ont « tout » changé en matière de relations interétatiques. Cependant, ajoute-t-il, il est certainement vrai de dire que cet événement et la campagne de relations publiques menée dans les pays arabo-musulmans a replacé la diplomatie publique au cœur de la pratique diplomatique des États (Potter, 2002b, p. 1). En effet, la diplomatie publique, qui dans son essence se traduit par tous les efforts d'un gouvernement afin d'influencer un public étranger et ultimement leur gouvernement, a connu une recrudescence de sa pratique en relations internationales, (Pahlavi, 2004, Part. 1). Cette résurgence de la diplomatie publique est aussi due à l'évolution rapide du contexte en politique internationale. Sans aucun doute, la révolution dans le domaine des technologies de l'information et des communications (TIC), la présence grandissante des acteurs non étatiques en politique étrangère et les effets du processus de mondialisation ont fait état de catalyseurs à l'utilisation de la diplomatie publique (Potter, 2002b, p. 5).

Cette résurgence de la diplomatie publique au sein des affaires étrangères de plusieurs États s'est aussi étendue à la sphère universitaire, notamment dévoilée par

l'importance d'un champ d'études qui s'étoffe de plus en plus avec les années (Gregory, 2008, p. 286; Gilboa, 2008).¹ Mais quel est l'apport de cette documentation sur le sujet de la diplomatie publique? Que signifie le concept de diplomatie publique?

À l'intérieur de ce champ, les auteurs ont établi un certain consensus sur ce qu'est la diplomatie publique et ce qu'elle n'est pas. La première distinction conceptuelle à faire est la différence entre la diplomatie publique et la diplomatie dite traditionnelle. Cette dernière implique un échange d'État à État alors que la diplomatie publique tente d'entrer en relation avec les acteurs non étatiques (Pahlavi, 2004, p. 18). La diplomatie publique utilise également des techniques et des instruments différents. On pense, entre autres, au secret et au huis clos qui caractérise souvent la diplomatie bilatérale et même multilatérale, alors que la diplomatie publique est ouverte par définition (Rugh, 2006, p. 4).

Les spécialistes dans le domaine se font également un point d'honneur de différencier diplomatie publique et propagande. Pour plusieurs auteurs, la propagande manipule les faits et diffuse des allégations mensongères (Leonard, Stead et Swewing, 2007, p. 46). Or, selon eux, la diplomatie publique se doit de donner la vérité puisqu'il en va de la crédibilité du pays et de l'efficacité de la manœuvre : « If mass diplomacy attempts to distinguish itself from propaganda, it is because in the global information age strategies perceived as brain-washing and ideological browbeating are not very unlikely to be counterproductive and damaging » (Pahlavi, 2004, p. 21.).

Une autre caractéristique de ce que la diplomatie publique n'est pas peut être identifiée. En effet, depuis quelques années, les spécialistes du marketing international ont créé le concept de commercialisation de l'État (*nation-branding*) qui est la mobilisation des forces d'une nation pour contribuer à produire une certaine

¹ Selon Gregory, cet intérêt se manifeste autant dans les universités par l'apparition de cours et de programmes entiers sur la diplomatie publique que dans les *think tank*, et chez les praticiens, diplomates, fonctionnaires et retraités de ces domaines.

image à l'extérieur du pays. Les deux concepts possèdent beaucoup de points en commun, mais sont rarement étudiés ensemble (Melissen, 2005, p. 19).²

Les relations culturelles ou la diplomatie culturelle sont aussi très liées à la diplomatie publique. Selon Melissen, les relations culturelles sont beaucoup plus près de la diplomatie publique que peut l'être le « nation-branding » ou la propagande (Melissen, 2005). De fait, il est difficile de différencier clairement les deux concepts. Voici comment l'ambassadrice américaine Cynthia P. Schneider les décrit :

La diplomatie publique, c'est les explications qu'un pays donne au monde alors que la diplomatie culturelle, c'est l'utilisation d'expressions créatives, l'échange d'idées et d'informations et de personnes pour favoriser la compréhension mutuelle; elle assure une grande partie du contenu de la diplomatie publique (Conférence canadienne des arts [CCART], 2007, p. 5).³

De nombreux textes mettent également le lecteur en garde contre une analogie entre la diplomatie publique et les affaires publiques d'un État. Cette dernière fait plutôt référence aux communications d'un gouvernement avec sa propre population. Cependant, cette distinction entre communications interne et externe commence graduellement à disparaître :

The semantic niceties of these multiple distinctions recall the hair-splitting of 11th century theology. Indeed, the task of public diplomacy and of public affairs converge more than their definitions imply. The provision of information intended for domestic audiences is frequently received by foreign audiences as well; and conversely, information intended for foreign audiences is also accessible to domestic ones. (Wolf et Rosen, 2004, p. 4).

En effet, si de telles distinctions étaient possibles durant la guerre froide, la diplomatie publique a aujourd'hui beaucoup évolué, changeant quelques-unes de ses

² Deux différences conceptuelles entre le « nation-branding » et la diplomatie publique peuvent être mentionnées selon Melissen. Premièrement, les projets de « branding » sont très ambitieux, ils comprennent toutes les communications d'un pays avec l'extérieur, comparé à la diplomatie publique qui n'englobe que certaines communications à l'intérieur d'un cadre établi. Deuxièmement, leurs objectifs fondamentaux sont très différents; le « nation-branding » communique l'identité, les aspirations d'un pays, alors que la diplomatie publique a pour objectif premier de promouvoir et de faciliter les relations internationales.

³ Traduction libre du CCART.

caractéristiques. Que ce soit de la nouvelle diplomatie publique ou de la diplomatie de masse, il est certain que le concept a subi des changements qualitatifs (Pahlavi, 2004).⁴ Deux grands changements ressortent de la documentation. Premièrement, la notion d'acteur en tant qu'émetteur et récepteur de diplomatie publique a quelque peu changé, les publics étrangers étaient perçus comme intermédiaires entre l'État promoteur de diplomatie publique et le gouvernement étranger. Mais comme le remarque Henrikson, les publics ne représentent plus des intermédiaires puisqu'ils deviennent *la cible* :

Now, however the emphasis of the term 'public diplomacy' is perceptibly shifting toward shaping the thoughts of the forming relationships with other *societies*. This is conceived almost as an objective in itself, irrespective of the bearing that this influence on other societies might have, at least in the short run, on relationships with the government—the current leadership— of the countries in question (Henrikson, 2006, p. 9).

Aussi, en tant qu'émetteurs, l'État était perçu comme le seul acteur promoteur de diplomatie publique. Aujourd'hui, une panoplie d'acteurs sociaux, individus, organismes, entreprises interviennent dans la pratique de la diplomatie publique sous l'appui des gouvernements (Potter, 2009, p. 33).⁵ Ces nouveaux émetteurs sont aussi diversifiés que peut l'être une société (Riordan, 2005, p. 191). Riordan ajoute que les ambassades et les diplomates, malgré la place de plus en plus importante des autres agents sociaux, continueront à jouer un rôle significatif. Ils deviendront en quelque sorte les catalyseurs et provocateurs d'événements pour ses agents, pouvant coordonner les activités et parfois les financer (Riordan, 2005, p. 191). Deuxièmement, la diplomatie publique laisse peu à peu la place à un dialogue plutôt qu'à une communication unidirectionnelle. On veut maintenant être sûr que l'auditoire auquel est destinée la diplomatie publique comprend le message (Potter, 2002b, p. 3). Christopher Ross, coordonnateur de la diplomatie publique et des affaires publiques au Département d'État américain, démontre que ce point est vital: «

⁴ Le changement qualitatif de la diplomatie publique est un des arguments de Pahlavi, voir partie 1.

⁵ Une activité de diplomatie publique doit, par définition, toujours avoir le support de l'État.

The practitioner, however, must keep in mind the home truth that it is not what one says, but it is what the other hears that ultimately matters most » (Ross, 2003, p. 253).

Il n'est pas non plus erroné d'affirmer que les instruments de cette nouvelle diplomatie publique sont plus nombreux grâce aux innovations technologiques des TIC. Il est généralement reconnu que la diplomatie publique comprend comme principaux instruments les programmes culturels, éducationnels, d'information et de communication appuyés par l'État (Rugh, 2006; USC Center on Public Diplomacy, 2009). Chaque instrument bénéficie à son tour d'une vaste gamme d'outils accessibles à son rayonnement. Par exemple, les programmes culturels peuvent s'étendre des arts de la scène aux arts visuels en passant par le cinéma ou la poésie. Tout comme les programmes éducationnels peuvent inclure les échanges éducatifs, comme les fameux programmes Fulbright ou Rhodes, ou encore les échanges de jeunes travailleurs. Quant aux programmes en information et en communication, ils peuvent passer par les canaux traditionnels et modernes, comme en fait foi l'utilisation de pamphlet, de publicité écrite, la diffusion internationale ou la création de sites Internet à la fine pointe de la technologie pouvant même parfois recréer virtuellement une ambassade (Potter, 2009, p. 260).

Il faut comprendre que chaque pays emploie ces instruments de manière spécifique, en ajoute, en retranche et à des niveaux de financement différents. Le tableau B de l'annexe illustre bien ces différences qu'il peut y avoir entre les pays et servira de référence tout au long de ce travail.

Tableau 1.1 Dépenses internationales en diplomatie publique, 2004-2005 (millions \$ canadiens)

	Total	Radiodiffusion/ Télédiffusion	Programmes culturels	Éducation/ Bourses/ Recherches	Institutions éducatives	Aide publique au développement	Autre
États-Unis	1,652	707	367	483			
Royaume-Uni	1,308	477	394				362
Allemagne	848	424		201			
France	2,876	503	503	525	791	503	
Canada	108.8	21 (RCI; TV5)	4.7	12.7 (MAECI); 6 (ACDI)		18 (Fonds pour les initiatives locales)	12 (Expositions internationales); 10 (Routes commerciales); 3 (Représentation. accrue aux É-U); 4.6 (Jeunes professionnels); 5.8 (Fond d'initiative de missions); 8 (Programme de diplomatie publique); 3 (Équipe Canada)

Sources: Les budgets pour les États-Unis, le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne sont tirées du rapport produit par Lord Carter de Coles sur la diplomatie publique du Royaume-Uni: Lord Carter of Coles, Public Diplomacy Review (Décembre 2005), 72-3. Note: Les budgets de diplomatie publique cités dans ce rapport étaient inscrits en dollars américain pour les États-Unis, en livres sterling pour le Royaume-Uni et en euros pour la France et l'Allemagne. Dans le but de fournir un aperçu comparatif, l'auteur a converti les budgets en dollars canadiens aux taux de changes en vigueur en mai 2006. Toutes les statistiques converties en dollars canadiens sont arrondies au million de dollar près. Quelques pays fournissent un budget total de diplomatie publique ainsi que des budgets spécifiques d'activités et de programmes de diplomatie publique. Comme le lecteur peut le constater, pour quelques États, la somme des budgets des activités individuelles de diplomatie publique ne concordent pas avec le total que ces pays ont mis à la disposition de l'équipe de Lord Carter. On peut ainsi assumer que certaines activités de diplomatie publique tombent dans la catégorie « Autre ». Aussi, la France considère son budget d'aide publique au développement comme une composante de sa diplomatie publique. Le budget canadien est tiré de sources internes et publiques. Source: Tirée de Potter, 2009, p. 16.

Problématique

Que sait-on jusqu'à maintenant sur la diplomatie publique pratiquée par un pays comme le Canada? Malgré une documentation fortement axée sur le cas américain (Melissen, 2007, p.6; Hoffman, 2002; Lord, 2006; Rugh, 2006, Wolf et Rosen, 2004), qu'a-t-on découvert ces dernières années? Quels genres d'études ont été faits?

Le cas du Canada a principalement été étudié selon une analyse comparative et selon la perspective d'un État de puissance moyenne. Ainsi, le Canada a été comparé aux Pays-Bas sur l'efficacité de leurs actions de diplomatie publique au Moyen-Orient (Rudderman, 2008), de même qu'à la Norvège sur leur diplomatie de créneau (« niche diplomacy ») (Henrikson, 2005) ainsi que sur le rôle du public dans leur diplomatie publique (Bàtora, 2006).⁶ Il a aussi été étudié par rapport à l'Angleterre concernant le rôle de la société civile en diplomatie (Vickers, 2007). Seuls Baxter et Bishop (1998) l'ont analysé individuellement, mais toujours sous l'angle de la typologie de puissance moyenne énoncée par Cooper, Higgott et Nossal.⁷ D'autres sources optent davantage pour une étude plus approfondie d'un instrument précis de diplomatie publique. C'est le cas, par exemple, des rapports ou articles qui traitent de la place de la culture (CCART, 2007), des TIC (Potter, 2002a) ou des relations culturelles (Wyszomirski, Burgess et Peila, 2003) en politique étrangère canadienne. On peut également retrouver des articles écrits par les praticiens; ceux qui travaillent ou ont œuvré dans le domaine et qui traitent de la diplomatie publique canadienne dont les anciens ambassadeurs Gotlieb (1991) et Copeland (2005).⁸ Finalement, pour une vision plus globale de la diplomatie publique canadienne, il est

⁶ Alors qu'Henrikson se concentre sur la diplomatie de créneau des deux États, Bàtora examine trois variables à savoir la diplomatie de créneau, l'état de puissance moyenne et l'apport du public national et international en diplomatie publique.

⁷ Ces deux auteurs examinent l'utilisation de la diplomatie publique qui a mené à la signature du traité interdisant les mines antipersonnelles.

⁸ Copeland examine les difficultés auxquelles la diplomatie canadienne doit faire face dans un contexte changeant et des ressources financières moindres et Gotlieb revient sur son expérience aux États-Unis et raconte comment il en est venu à utiliser la diplomatie publique.

possible de lire des auteurs comme Pahlavi (2008) et Potter (2002a, 2002b, 2009).⁹ L'ouvrage de 2009 de Potter, est à notre avis, le travail le plus complet qui s'est fait sur la diplomatie publique canadienne en termes de revue historique, d'instruments et de cas d'analyses.

Cette catégorisation des articles et livres scientifiques écrits sur le cas du Canada permet de souligner qu'il y a une absence de connaissances au niveau de l'utilisation pratique des instruments de diplomatie publique. À l'exception du travail de Potter, peu d'efforts avaient été faits pour faire une revue systématique des instruments employés par un pays dans le but de faire valoir son image auprès des publics étrangers. Cependant, plusieurs questions peuvent se poser, notamment sur l'utilisation des instruments de diplomatie publique à la disposition du Canada. Et quel usage en fait-il dans les différents contextes qui se présentent à lui au sein de sa politique étrangère, soit une politique qui s'attarde autant aux pays de mêmes optiques que ceux qui sont appelés défaillants (MAECI, Énoncé de politique étrangère [ÉPI], 2005)? Pourrait-on parler de l'existence de plusieurs stratégies d'application de ces instruments au sein de différents types de pays? Plus clairement, depuis les 10 dernières années (1998-2008), comment le Canada a-t-il mis en œuvre sa diplomatie publique envers des États développés tels que la France et le Royaume-Uni, des États émergents comme l'Inde et la Chine, ou encore des pays dits en déroute tels que l'Afghanistan et Haïti? Parallèlement, on peut s'interroger sur les différences existant entre ces trois types d'États concernant le maniement de la diplomatie publique. En effet, quels sont les points de ressemblances et de dissemblances entre ces différents pays?

Grâce à quel cadre théorique peut-on comprendre la diplomatie publique d'aujourd'hui? La prochaine section examine cette question en présentant le concept de « soft power » (capacité de ralliement) énoncé par Joseph S. Nye.

⁹ Pahlavi a évalué la place réelle accordée à la diplomatie publique, à la fois au niveau des documents officiels et des ressources qui lui sont attribuées.

Cadre théorique; le concept de "soft power" de Joseph S. Nye

C'est en 1990, dans la revue du *Foreign Affairs*, puis dans un livre intitulé *Bound to Lead*, que Joseph S. Nye a publié ces premières réflexions sur le concept de capacité de ralliement (Nye, 1990b). L'auteur, préoccupé par le déclin de la puissance américaine suite à la disparition de la menace soviétique, avait établi que la nature de la puissance étatique se transformait et que les États-Unis devaient davantage utiliser la seconde face de la puissance; le « soft power » (Nye, 1990a).¹⁰ Ce changement dans la nature de la puissance provenait du fait qu'il n'était plus possible de calculer celle-ci uniquement en termes de ressources – population, territoire, ressources naturelles, force militaire, stabilité sociale, taille de l'économie –, mais devait de plus en plus se mesurer en termes de capacité à changer le comportement des autres États. En effet, selon Nye, depuis la période de l'après-guerre et surtout depuis la fin de la guerre froide, la puissance varie selon l'enjeu, la relation et le contexte; les sources de la puissance sont moins fongibles et plus diffuses.¹¹ Près de quinze ans plus tard, dans un livre intitulé *Soft Power: The means to success in world politics*, Nye estime que c'est toujours le cas, que cette diffusion de la puissance a même augmenté en raison, entre autres, de la révolution dans le secteur de l'information et des communications, accentuant par le fait même l'importance d'utiliser sa capacité de ralliement (Nye, 2004).

Mais que signifie le « soft power »? Le concept peut être expliqué, tout d'abord, par ce qu'il n'est pas ou par son opposé, le « hard power ». Le « hard power » représente les pressions, les incitations ou encore les menaces militaires ou économiques faites par un pays en vue d'obtenir quelque chose. Autrement dit, le « hard power », c'est l'attrait de la carotte (puissance économique) ou la peur du bâton (puissance militaire). Or, la capacité de ralliement, selon Nye, c'est de faire en sorte qu'un autre souhaite ce que vous voulez : « This soft power –getting others to want

¹⁰ La première face de la puissance étant le "hard power".

¹¹ Déjà dans *Power and Interdependence*, Keohane et Nye montrent l'importance grandissante de la dépendance mutuelle –« (...) situations characterized by reciprocal effects among countries or among actors in different countries »– sur les relations de pouvoir entre pays (Keohane et Nye, 2001, p. 8)

the outcomes that you want –co-opts people rather than coerces them (Nye, 2004, p. 5) ». ¹² Cependant, l’auteur met en garde le lecteur; la capacité de ralliement n’est pas l’équivalent du concept d’influence puisqu’elle pourrait également provenir d’une pression économique ou militaire du « hard power ». Ce dernier entraînera plutôt un comportement lié à une relation de commande, tandis que la capacité de ralliement conduira à un comportement de coopération. Un pays possède trois sources de « soft power » : elle peut provenir de sa culture, de ses valeurs et politiques intérieures, ou encore du style et de l’essence de sa politique étrangère (Nye, 2004, p. 11-15).

La culture, selon l’auteur, peut être divisée en deux catégories; la culture populaire et ce que Nye appelle la « high culture », soit l’opéra, le ballet, la peinture, etc. Quand cette culture est admirée, partagée et qu’elle inclut des valeurs et intérêts universels, elle est une source de « soft power ». Évidemment, comme toute relation de pouvoir dépend du contexte, le receveur de cette culture étrangère à la sienne se doit d’être réceptif. La culture peut être transmise par divers agents autres que le gouvernement, c’est-à-dire par les acteurs privés à travers le commerce, les contacts entre individus, les visites et les échanges (Nye, 2004, p. 13).

Les valeurs qu’un gouvernement cherche à promouvoir, ainsi que les politiques internes, représentent la deuxième source de la capacité de ralliement : « The values a government champions in its behavior at home (for example, democracy), in international institutions (working with others), and in foreign policy (promoting peace and human rights) strongly affect the preferences of others » (Nye, 2004, p. 14).

¹²Voici la première définition que Nye a donnée dans *Bound to Lead*: « Soft power » is the ability to achieve desired outcomes in international affairs through attraction rather than coercion. It works by convincing others to follow, or getting them to agree to, norms and institutions that produce the desired behaviour. Soft power can rest on the appeal of one’s ideas or the ability to set the agenda in ways that shape the preferences of others. If a state can make its power legitimate in the perception of others and establish international institutions that encourage them to channel or limit their activities, it may not need to expend as many of its costly traditional economic or military resources. (Repris dans Nye et Owen, 1996, p. 21)

La troisième source de la capacité de ralliement est le style et l'essence de la politique étrangère d'un État. Cette source de « soft power » représente probablement celle dont le gouvernement est le plus à même de contrôler. Nye estime qu'une politique étrangère peut être définie de manière large dans son essence et avec humilité dans son style : « All countries pursue their national interest in foreign policy, but there are choices to be made about how broadly or narrowly we define our national interest, as well as the means by which we pursue it » (Nye, 2004, p. 60).

Nye insiste sur le fait que le « soft power » a aussi ces limites; un gouvernement ne contrôle jamais totalement ses sources de capacité de ralliement, comme c'est particulièrement le cas avec la culture. Les effets de ce pouvoir peuvent aussi être diffus et de ce fait, ne pas entraîner une action concrète du gouvernement ciblé. De plus, est-ce que le receveur sera réceptif des actions promulguées par le « soft power »? Dans ce contexte, selon l'auteur, il ne faut pas croire que les instruments du « hard power » n'ont plus leur rôle à jouer dans la politique mondiale (Nye, 2004, p. 15-30).¹³ D'ailleurs, le terme « smart power », c'est-à-dire apprendre à mieux combiner le « hard » et le « soft power », gagne en importance au sein de la documentation et de la communauté politique (Wilson, 2008; Nye, 2007; Center for Strategic and International Studies [CSIS], 2007).

La diplomatie publique comme instrument politique du « soft power »

Dans un chapitre intitulé « Wielding Soft Power » et dans le tableau ci-dessous, Nye met en lumière l'instrument déterminant qu'est la diplomatie publique dans le maniement de la capacité de ralliement, qu'il définit comme suit: « Public diplomacy differs from traditional diplomacy in that it involves interaction not only with governments but primarily with non-governmental individuals and

¹³ Nye ajoute même que la « hard power » et le « soft power » peuvent interagir en ce sens que le « hard power » aura un effet attirant pouvant être une source de la puissance de ralliement.

organizations, and often presented as a variety of private views in addition to government views » (Nye, 2004, p. 117).¹⁴

Tableau 1.2
Trois types de puissances selon Joseph S. Nye

	Comportements	Actions privilégiées	Politiques gouvernementales
Puissance militaire	Coercition/ Dissuasion/ Protection	Menaces/ Force	Diplomatie coercitive/ Guerre/ Alliance
Puissance économique	Incitation/ Coercition	Paiements/ Sanctions	Aide/ Corruption/ Sanctions
Capacité de ralliement	Attraction/ Mise à l'ordre du jour	Valeurs/ Culture/ Politiques / Institutions	Diplomatie publique/ Diplomatie bilatérale et multilatérale

Source: (Tirée de Nye, 2004, p. 31)

Quelle forme prend la diplomatie publique d'aujourd'hui? Selon l'auteur, les gouvernements devraient tenir compte du court, moyen et long terme dans leur maniement de la capacité de ralliement. En ce sens, l'instauration de communications quotidiennes entre les services de diplomatie et les publics étrangers afin d'expliquer le contexte dans lequel les décisions concernant les politiques nationales et les politiques étrangères sont prises, est importante. À moyen terme, l'établissement d'un modèle de communication stratégique devrait également être considéré. Par exemple, selon ce modèle, des thèmes et des politiques ciblées seraient explorés de manière récurrente, comme c'est le cas lors de campagnes électorales. Puis, à long terme, les gouvernements devraient développer leurs relations avec des individus clés par les échanges scolaires, séminaires, stages ou conférences qui touchent les futurs

¹⁴ Cette définition provient d'Edward Murrow, ancien directeur de l'*USIA* sous l'administration Kennedy. À noter aussi que le chapitre "Wielding Soft Power" se base essentiellement sur des concepts avancés par Mark Leonard (2002).

dirigeants d'États. Ces trois dimensions promeuvent la capacité de ralliement d'un État et deviennent efficaces seulement si elles accompagnent une politique étrangère cohérente dans son essence et dans son style avec la diplomatie traditionnelle ou publique. Nye ajoute que pour qu'une action de diplomatie publique soit efficace, elle requiert de l'écoute, c'est-à-dire une certaine compréhension du public ciblé et qu'à plusieurs égards, les actions parlent plus fort que les mots (*deeds speak louder than words*). Par exemple, une visite aux États-Unis sera plus marquante qu'une émission de radio (Nye, 2004, 107-118).

La manœuvre de diplomatie publique peut également être plus efficace si les États utilisent la diplomatie publique dite indirecte et coopérative. Le premier concept réfère à l'emploi des nouveaux acteurs sur la scène internationale comme intermédiaires entre les gouvernements et les publics. Le message, originellement de l'État, peut alors gagner en crédibilité et en volume. Le deuxième concept signifie que deux ou plusieurs États coopèrent dans leurs actions de diplomatie publique. Le professeur Nye estime que la diplomatie publique ne doit pas être perçue qu'en termes de compétition – à qui possède le meilleur message –, mais davantage en fonction d'une coopération possible basée sur un même objectif, dont la promotion de la démocratie (Nye, 2004, p. 117).

La révolution dans le secteur de l'information; une donnée importante dans le maniement du « soft power » et de la diplomatie publique

L'utilisation de la diplomatie publique comme instrument de la capacité de ralliement n'est pas nouvelle; on n'a qu'à penser aux stratégies de transmission radiophonique vers l'URSS durant la guerre froide. Cependant, selon Nye, la diplomatie publique pourrait devenir aussi importante que la diplomatie traditionnelle, simplement parce que le contexte des dernières années a changé. D'une part, parce que près de la moitié des États du monde sont démocratiques et que former une opinion publique favorable devient primordial (Nye, 2004, p. 105). D'autre part, parce qu'il faut prendre en compte la révolution dans le secteur de

l'information : « The information age has revolutionized not only military affairs but the instruments of soft power and the opportunities to apply them » (Nye et Owens, 1996, p. 29). En réduisant les coûts, les technologies de l'information ont permis à plusieurs populations d'y avoir accès. Et puisque l'information c'est le pouvoir, les gouvernements, selon Nye, ont intérêt à être présents dans l'espace de l'information mondiale où une lutte pour la crédibilité et l'importance de la nouvelle se déroule (Nye, 2004, p.106).¹⁵ La diplomatie publique représente donc un instrument prééminent dans ce que l'auteur appelle l'ère de l'information.

Pertinence du cadre théorique et limites de l'approche

Il suffit de regarder la bibliographie pour comprendre qu'il existe une combinaison heureuse entre la capacité de ralliement et la diplomatie publique. Cette association n'est cependant pas sans limites d'ordres épistémologique, ontologique et normatif. L'explication de ces limites pourrait faire à elle seule un travail de mémoire et ont largement été énoncées dans Lukes (2007), Mattern (2007) ou plus généralement si l'on remet le « soft power » dans un cadre théorique plus large, dans les critiques de l'école de l'interdépendance complexe (Roussel et O'Meara, 2007, p. 100; Lamy, 2005, p. 213). Pour cette raison, nous ne reviendrons pas sur ces limites qui sont à présent bien documentées, mais nous voudrions rappeler que l'analyse qui suit en comporte également.

Parce que la notion de puissance en relations internationales demeure un concept épineux (Lukes, 2007), le cadre théorique de Nye reste à notre avis pertinent. Dans ce contexte, s'intéresser à la notion de capacité de ralliement, c'est s'intéresser à savoir si ce pouvoir est exercé et comment il est employé, en l'occurrence ici, par le Canada. Or, il faut noter que Nye n'a pas traité des différences qui peuvent exister dans la pratique de la diplomatie publique comme instrument du « soft power »

¹⁵ Nye fait référence à ce qu'Herbert Simon a appelé « the paradox of plenty » où lorsque le public fait face à un trop gros volume d'information, il n'arrive plus à discerner l'importance entre les nouvelles.

envers différents types d'États et ce, en termes des dimensions privilégiés (long, moyen, court terme) et de la forme employée (directe/indirecte, de coopération/ de compétition). En effet, l'hypothèse ci-dessous a construit autour de cette question qui est laissée en suspens dans les écrits de Nye. Ce mémoire est donc une occasion de mettre en lumière ces distinctions et de mieux comprendre le lien qui s'opère entre la notion de capacité de ralliement et la diplomatie publique.

Hypothèse

À la question suivante: En tant qu'instrument du « soft power », existe-t-il plusieurs stratégies de diplomatie publique qui peuvent être analysées selon le type d'État ciblé, nous avançons l'hypothèse qui suit : **Les stratégies de diplomatie publique canadienne dépendront du développement socio-économique des États ciblés (développé, émergent, en déroute).**

Par stratégie, nous entendons l'« art de planifier et de coordonner un ensemble d'opérations en vue d'atteindre un objectif » et de laquelle nous avons identifié une variable que nous souhaitons vérifier, soit la planification et la coordination des instruments de diplomatie publique canadiens qui comprend :

- 1) Les relations culturelles internationales
- 2) L'éducation internationale
- 3) Les programmes d'information et de communication à l'étranger
- 4) La promotion commerciale internationale

La sélection de ces instruments découle de l'analyse des documents gouvernementaux de 1998 à 2008, fait au chapitre 1. À l'intérieur du prochain chapitre, ils y seront définis et résumés. Le lecteur peut déjà remarquer que le tableau 1.1 inclut l'aide publique au développement comme un instrument de diplomatie publique. Cependant, aucune donnée, à notre connaissance, ne permettait de croire que le Canada utilise l'aide publique au développement à des fins de diplomatie publique.

Quant au concept de développement socio-économique, nous utiliserons simultanément l'indice de développement humain (IDH) créé par l'ONU et la position du Canada vis-à-vis de ces pays. L'IDH permet tout d'abord de situer clairement le niveau exact des États vis-à-vis des autres : France (10e rang/177), Royaume-Uni (16e), Chine (81e), Inde (128e), Haïti (146e) (Human Development Report, 2007-2008).¹⁶ Nous estimons qu'il est nécessaire de reprendre également la terminologie du Ministère des Affaires étrangères lorsqu'il désigne ces États. Par conséquent, la France et le Royaume-Uni se retrouvent dans la catégorie des « États développés », la Chine et l'Inde dans le groupe des « États émergents » et l'Afghanistan ainsi qu'Haïti parmi les « États dits en déroute » (MAECI, ÉPI, 2005).¹⁷

Le choix de ces catégories se veut pratique dans la mesure où les documents gouvernementaux énoncent eux-mêmes ces types de pays; ceux-ci se révélant être des priorités en politique étrangère canadienne. En effet, on peut retrouver ces catégories à l'intérieur de l'ÉPI de 2005, diplomatie (MAECI, ÉPI). Il faut préciser que cette catégorisation peut avoir pour conséquence de produire des résultats très différents puisque le développement socio-économique entre ces États est significatif. Ainsi, nous aurions pu inclure la catégorie plus générale des pays en développement ou encore le groupe des pays très endettés. Néanmoins, nous croyons que cette catégorisation, rappelons-le, utilisée par le gouvernement lui-même et donc avec davantage de données, pourrait faire ressortir les différences possibles de la pratique de la diplomatie publique par le Canada envers divers États.

En quoi cette catégorisation est-elle pertinente? Autrement dit, en quoi le développement socio-économique d'un État peut influencer la stratégie canadienne en matière de diplomatie publique? Déduite de la théorie de Nye, cette hypothèse se base sur les principaux concepts préalablement décrits. Premièrement, rappelons que pour

¹⁶ Les données pour l'Afghanistan sont indisponibles.

¹⁷ Le ministère utilise indistinctement les termes États fragiles, en déroute et défailants. Nous ferons de même à l'intérieur de ce travail.

Nye la capacité de ralliement c'est de faire en sorte que les autres veulent ce que vous voulez sans la peur du bâton, ni l'attrait de la carotte. Étant donné que ce que *veut* le Canada ou autrement dit, ses objectifs envers ces types d'États différents, nous présumons que l'instrument que constitue la diplomatie publique se développera en diverses stratégies. Deuxièmement, la notion de développement socio-économique implique une différence quant au niveau d'accès aux technologies de l'information et des communications (TIC). Les pays en déroute, émergents et développés n'ont pas subi de la même manière les changements apportés par ce que Nye appelle la révolution dans le secteur de l'information. La diplomatie publique étant par définition les diverses communications entre un gouvernement et un public étranger, l'ouverture et l'accès à la technologie à l'intérieur des pays ciblés vont certainement influencer sur la stratégie canadienne. Troisièmement, une telle catégorisation est pertinente si l'on veut observer comment cet outil du « soft power » se développe dans divers contextes. Ainsi, on peut se demander si le Canada utilise par exemple, la diplomatie publique dite indirecte, de coopération ou la structure à court, moyen ou long terme suggérée par Nye.

Méthodologie, démarche et structure du mémoire

Afin de mener à bien ce mémoire, nous avons mis l'accent sur l'utilisation de sources primaires. De première importance, nous retrouvons les Rapports ministériels sur le rendement (RR) de 1998 à 2008 qui rendent compte des *principales* activités du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.¹⁸ Les RR comportent généralement une section dédiée à la « diplomatie ouverte » – le terme utilisé par le MAECI pour diplomatie publique – où le ministère revoit ses résultats par rapport à ses objectifs établis dans les Rapports sur les plans et les priorités (RPP). Cette source d'information est particulièrement importante afin d'identifier les instruments utilisés par le MAECI (chapitre 1), les objectifs généraux sous-tendant les actions du Canada

¹⁸ Aux années 2004 et 2005 où due à la séparation institutionnelle des Affaires étrangères et du Commerce international, les RR sont séparés.

envers les pays développés, émergents et en déroute ainsi qu'à cibler les actions menées dans les pays désignés (chapitre 2-3-4). Parmi les autres documents gouvernementaux d'utilité, il existe des Rapports de vérification des missions qui donnent un aperçu des actions ou du fonctionnement de ces dernières en matière de diplomatie publique dans chaque pays (chapitre 2-3-4).¹⁹ Quant aux Rapports d'évaluation, ils jettent un regard plus critique sur divers programmes ou divisions du MAECI qui s'avèrent également une mine d'information pour l'ensemble du mémoire.

Pour chaque instrument – culture, éducation et promotion commerciale internationales, programme d'information et communication –, nous avons puisé les informations auprès du MAECI et des organisations responsables de la mise en œuvre des programmes du gouvernement. En relations culturelles internationales, les données nous ont été fournies par le ministère sur le Programme de promotion des arts (PMA). En éducation internationale, nous avons évalué les bourses attribuées aux étrangers, le réseau de « canadianistes » au sein du pays ciblé, l'existence de Centre de l'éducation et les échanges de jeunes d'après les données du ministère (RR), du Conseil international d'études canadiennes (CIEC), des Centres d'éducation canadiens (CEC) et du Bureau canadien de l'éducation internationale (BCEI). Lorsqu'il était possible de le faire, nous avons tenu compte des rapports annuels de ces organisations. Au niveau de la promotion commerciale internationale, nous avons tenu compte des RR ainsi que des traités internationaux notamment en science et technologie. Finalement, pour les programmes d'information et de communication, nous avons pu nous baser sur les RR, mais aussi sur les Rapports annuels de Radio-Canada. Nous avons également eu la chance d'effectuer une entrevue avec M. Roger Tétrault, directeur par intérim de Radio-Canada International (RCI). Ces sources sont plutôt utilisées dans les chapitres deux, trois et quatre.

L'objectif de ce mémoire est de rendre compte de ce qui se fait en matière de diplomatie publique canadienne et de pouvoir établir, dans la mesure du possible,

¹⁹ Le terme mission englobe tous ces mots : Haut-commissariat, Ambassade, Consulat, etc.

l'envergure de ces programmes ou activités, quantitativement et/ou qualitativement, dans les six cas d'analyses choisies. Ainsi, notre démarche consiste essentiellement à analyser le contenu des documents gouvernementaux, particulièrement les RR au niveau des objectifs du Canada, des actions et des ressources employées en diplomatie publique. Entre 1998 et 2008, nous avons donc relevé le contexte dans lequel apparaissaient les termes développés, émergents et en déroute ainsi que le nom des six pays choisis. Il est ainsi possible de faire une liste des instruments de diplomatie publique utilisés par le Canada à travers les années et les actions particulières accordées à chaque pays. Les informations tirées des organismes responsables de la mise en œuvre ont permis d'ajouter des données concernant l'apport financier et/ou moral du Canada pour ces divers programmes. En dernière analyse, nous pourrions affirmer ou infirmer notre hypothèse grâce à la comparaison des pays, dans un premier temps, sur une base commune, soit entre les pays de même type et dans un deuxième temps, sur l'ensemble des trois groupes.

Ce mémoire comporte donc cinq chapitres, dont le premier consistera à identifier et expliquer les instruments du MAECI en diplomatie publique ainsi qu'à rendre compte des dates charnières dans la pratique de cette dernière. Au sein des chapitres deux, trois et quatre, les grands objectifs du Canada seront soulignés, puis chaque stratégie sera étudiée sous l'angle des instruments employés par le ministère, et ce, pour chaque pays. Finalement au chapitre cinq, nous ferons un retour global sur les résultats de cette recherche.

CHAPITRE I

DIPLOMATIE PUBLIQUE ET POLITIQUE ÉTRANGÈRE CANADIENNE

La seule façon de défendre ses idées
et ses principes est de les faire connaître
(Wilfrid Laurier, Cité dans l'ÉPI de 1995).

L'objectif de ce chapitre est de faire un bref historique de la diplomatie publique canadienne, de comprendre les grandes orientations et la structure de cette dernière de 1998 jusqu'à 2008.

1.1 Historique et fonctionnement de la diplomatie publique canadienne

L'utilisation de la diplomatie publique en tant qu'instrument de la politique étrangère canadienne est assez récente. Selon la documentation, l'emploi de la diplomatie publique dans son sens moderne remonte à la décennie 1980, alors qu'Allan Gotlieb, sous-secrétaire d'État sous Trudeau, devient ambassadeur canadien à Washington D.C. Marqué par des relations tendues avec les États-Unis et des changements au sein du système politique américain dont l'importance grandissante du Congrès en politique étrangère, le Canada se voit dans l'obligation de repenser son approche en matière de diplomatie (Cooper, 1990, p. 105). À cela s'ajoute une augmentation des enjeux canadiens requérant la coopération du gouvernement américain, notamment dans le dossier des pluies acides:

The precipitant was acid rain, but the deeper cause was the systemic influence of US domestic processes in general —political as well as economic— on Canada. The country had to defend itself. (...) by the early 1980s the Canadian embassy in Washington also began addressing members of

Congress, which without its old seniority system was less susceptible to executive-branch leadership and was becoming more and more decentralized and media-oriented. The Canadian embassy also engaged in PR activities using private firms and collaborated with environmentalist and other like-minded NGOs throughout the United States. The primary reason for the Canadians' resort to 'public diplomacy', as Canadian officials frankly called it, was that US domestic legislation and administrative regulations were adversely affecting so many of Canada's interests that classical diplomacy had to be supplemented with new approach (Henrikson, 2005, p. 75-6).

Cette nouvelle approche, Gotlieb la définira comme suit: «The new diplomacy, as I call it, is, to a large extent, public diplomacy, and requires different skills, techniques, and attitudes than those found in traditional diplomacy as it is practised in most countries, including Canada » (Gotlieb, 1991, p. 161). Selon Andrew F. Cooper, en dépit du fait que les manoeuvres de Gotlieb aux États-Unis remportaient un succès évident, les problèmes faisaient plus souvent la manchette. Le manque de ressources, la paradiplomatie des provinces, l'arrivée de Mulroney au pouvoir et son entente avec Reagan ainsi que la mauvaise presse de Gotlieb freineront l'ardeur à l'utilisation aux nouvelles pratiques diplomatiques (Cooper, 1990).

Il faudra attendre le livre blanc de 1995 pour réellement revoir un regain d'intérêt accordé à la diplomatie publique. À l'intérieur de ce document, trois objectifs clés, aussi appelés les piliers, avaient été mis de l'avant, soit la sécurité, la prospérité et « la projection des valeurs et de la culture canadienne ». Le troisième pilier, c'est-à-dire la reconnaissance à l'étranger des valeurs et de la culture canadienne impliquait nécessairement l'utilisation des techniques de diplomatie publique pour être mis en œuvre. Or, les compressions budgétaires, le manque de clarté et de cohérence du troisième pilier ont fait en sorte que celui-ci perde de son importance tant au niveau de la priorité accordée au concept que des ressources qui lui étaient affectées (Pahlavi, 2008, p. 8). Pour Daryl Copeland, les ressources limitées ont engendré la conception d'une diplomatie de créneau (*niche diplomacy*) sous la direction de Lloyd Axworthy: le traité d'Ottawa sur les mines antipersonnelles, l'initiative pour contrôler les armes légères, l'enjeu des enfants-soldats, la « responsabilité de protéger », etc. À

cet égard, la diplomatie publique est réputée pour avoir été un instrument stratégique dans l'accomplissement de cette diplomatie de créneau (Copeland, 2005; Baxter et Bishop, 1998).

Avant d'aller plus loin dans l'historique, il est intéressant d'explorer comment s'est traduite la diplomatie publique dans la pratique pour comprendre les changements qui se sont opérés à travers les années. Deux mécanismes méritent notre attention: le secteur d'activité de la diplomatie publique et le programme de diplomatie publique. En effet, de 1998 à 2005, les Rapports ministériels sur le rendement (RR) sont divisés par secteurs d'activités – politique commerciale et économie, coopération et sécurité internationale, diplomatie ouverte, etc. – alors que de 2006 à 2008, ils sont plutôt structurés selon leurs résultats stratégiques et activités de programme. Malgré un changement de nom, les secteurs d'activités et les activités de programmes signifient la même chose et représentent approximativement les départements au sein du MAECI.¹ Alors que le programme gère en moyenne 8 \$ millions par ans, le secteur d'activité en 2000-2001, à titre d'exemple, a bénéficié de 104,6 \$ millions (MAECI, RR, 2001, p. 22). Comme le programme et le secteur d'activité de diplomatie publique sont tous les deux essentiels à la compréhension de ce travail, voici donc une description de leurs activités et fonctionnements.

1.1.1 La diplomatie publique en tant que secteur d'activité²

Le secteur d'activité de la diplomatie publique au sein du MAECI a eu pour objectif à travers les années de « promouvoir à l'étranger l'intérêt et la confiance envers le Canada et créer un climat propice à la promotion de ses intérêts politiques et économiques, ainsi que des valeurs canadiennes » (MAECI, RR, 1998, p. 13). Cet objectif est resté sensiblement le même alors qu'en 2008, il est possible de lire que la diplomatie publique fait « valoir les valeurs et les intérêts du Canada à l'étranger et renforce les priorités ministérielles et gouvernementales en matière de politique

¹ Pour des raisons de simplicité, nous utiliserons le terme secteur d'activité.

² Le lecteur devra prendre en note que cette partie n'est qu'un résumé des activités du Ministère.

étrangère » (MAECI, RR, 2008, p. 22). Il est possible de regrouper, entre 1998 et 2008, les activités de diplomatie publique sous quatre catégories: les relations culturelles, l'éducation internationale, les communications et la promotion commerciale à l'étranger.

En ce qui concerne la culture, un des plus gros programmes du MAECI a sans nul doute été le Programme de promotion des arts (PPA) qui subventionne des artistes ou des organisations canadiennes pour qu'ils se produisent à l'étranger. Pour Evan Potter (2002b, p. 8), il ne s'agit pas en soi de subventionner la culture canadienne, mais plutôt de soutenir les objectifs de la politique étrangère par des événements culturels spécifiquement choisis, ce que le ministère confirme:

Pour pouvoir être subventionnés, les projets doivent s'inscrire dans les objectifs de la politique étrangère du Canada. Les demandes sont évaluées en fonction de plusieurs critères: qualité artistique, responsabilité financière, rentabilité, contenu canadien, longueur et variété du projet proposé; importance des destinations du projet par rapport aux objectifs de l'actuelle politique commerciale et étrangère du Canada et aptitude du demandeur à entreprendre un projet de dimension internationale (Direction des relations culturelles internationales, 2008b).

Plusieurs catégories composent le programme: les arts de la scène (ex. cirque, théâtre, opéra, musique, danse); le septième art (film, cinéma, télévision); les arts visuels, arts médiatiques et métiers d'arts (photographie, peinture, sculpture et autres); puis, la littérature et l'édition. D'autres catégories ont, au fil du temps été ajoutés ou retranchés tels que les projets spéciaux, les événements de diversité culturelle et de priorité de politique étrangère.³ En général, ces subventions permettent à des artistes de se produire, de montrer ou de promouvoir leurs œuvres à l'extérieur du Canada, mais donnent aussi la possibilité d'inviter des artistes de renom ou des acheteurs d'ailleurs à des activités canadiennes dont les foires et les festivals. Seulement pour

³ Par exemple, en 2007-2008, au sein de la catégorie intitulée *Priorité politique étrangère*, le programme a permis à « Coady International Institute » d'inviter 20 jeunes de la Bande de Gaza et d'Israël afin participer en Nouvelle-Écosse à un camp de soccer pour la paix (Direction des relations culturelles internationales, 2008b, p. 13).

l'exercice financier 1998-1999, les subventions totales se sont élevées à 4 694 000 \$ et allouent entre 300 et 400 subventions par année (Direction de la vérification, 2001, p. 7). Les actions du MAECI ne s'arrêtent pas au programme de promotion des arts. Notons également l'existence de programmes bilatéraux, notamment avec la France par le programme Canada-France 2004-2008 ou plus généralement encore, par des activités culturelles organisées par les missions canadiennes à travers le monde (MAECI, RR, 2005, p. 20-1). Finalement, il est possible aussi de retrouver dans la promotion de la culture canadienne à l'étranger des manifestations culturelles ou sportives tournant autour de thèmes ou d'associations comme la Francophonie ou le Commonwealth (MAECI, RR, 2003-4).⁴

Au niveau de l'éducation internationale, plusieurs programmes méritent d'être cités. Certains existent depuis plus de 25 ans, dont le programme d'études canadiennes administré par le Conseil international d'études canadiennes (CIEC) qui rassemblent aujourd'hui plus de 20 associations et 4 membres associés à travers le monde. Communément appelés les «canadianistes», le ministère estime qu'environ 7000 universitaires de l'étranger étudient diverses facettes du Canada et donnent des cours à plus de 150 000 étudiants dans une trentaine de pays (MAECI, RR, 2001, p. 64).⁵ Dans la même veine, le CIEC, grâce à l'aide du MAECI, administre le Programme d'aide aux études canadiennes à l'étranger. Ce programme distribue, entre autres, des bourses pour que des étudiants et des professeurs intéressés aux études canadiennes puissent venir au Canada continuer leurs recherches ou leurs études. Il facilite également les échanges sur le Canada grâce à des expositions itinérantes de livres à contenu canadien, en offrant du soutien pour des conférenciers, à l'enrichissement de livres canadiens aux bibliothèques étrangères, aux recherches

⁴ Par exemple, en 2004, le ministère écrivait: « Mis sur pied dans le cadre des célébrations entourant le 400^e anniversaire de l'arrivée de Champlain en Amérique du Nord, le programme de la Tournée internationale de promotion de la francophonie canadienne a contribué au financement d'une tournée visant à faire connaître les richesses et la diversité artistiques et culturelles des communautés minoritaires francophones du Canada en Europe de l'Est, en Amérique latine et en Afrique de l'Ouest » (RR 2003-4).

⁵ Ici, le terme « canadianistes » inclut tout domaine d'étude, par exemple, la littérature ou l'architecture.

interuniversitaires, etc. (CIEC, 2003-2008). Le programme des études canadiennes à l'étranger est vu comme un instrument à long terme : «The Canadian Studies network, for a relatively small investment [5 millions], ensures that knowledge and understanding of Canada reaches present and future decision makers. It therefore, prepares the ground for Canada's commercial and political interests » (Potter, 2009, p. 129).

Évidemment, le Bureau de l'éducation au sein du MAECI distribue également des bourses aux Canadiens et aux étrangers: bourses du gouvernement du Canada, du Commonwealth, de la Francophonie, de l'Organisation des États américains (OEA), ainsi que quelques bourses bilatérales dont celles avec le Chili, la Chine, le Mexique. Auparavant géré par le CIEC, le Bureau canadien de l'éducation internationale (BCEI) se charge maintenant de les administrer depuis 2005 (CIEC, 2005).⁶ Ces bourses sont généralement destinées à tous les domaines d'étude, du niveau collégial au niveau postdoctoral. Ces bourses peuvent être comparées à d'autres programmes semblables dans le monde, dont les très populaires Bourses Rhodes pour l'Angleterre ou encore le Fulbright aux États-Unis. Cette comparaison peut s'établir en vertu de la compétitivité pour les obtenir – environ 200 à 300 boursiers étrangers par année pour les bourses du gouvernement du Canada, celles du Commonwealth et du Fulbright Canada-États-Unis – et le fonctionnement général du programme qui contient notamment, un système permettant aux anciens de garder contact (MAECI, RR, 1998-2008). Ces réseaux de contacts qui s'établissent sont importants dans la mesure où l'on considère que ces étudiants deviendront les décideurs de demain et garderont plus facilement en mémoire leur expérience s'ils ont encore des liens avec le Canada (Division de l'éducation internationale et jeunesse, 2009).

Dans la catégorie de l'éducation, nous avons également inclus les programmes destinés à la jeunesse:

⁶ Le BCEI administre le programme à l'exception de la bourse de la francophonie géré par l'Agence canadienne de développement international (ACDI). On estime que cette bourse relève davantage de l'aide publique au développement.

Parmi les activités visant à promouvoir les valeurs canadiennes à l'étranger, citons la gestion de 60 programmes pour la jeunesse, de plus en plus populaires. Groupées au sein des programmes Vacances-Travail, Alternance travail-études, Échanges de jeunes travailleurs et Enseignement coopératif, ces initiatives permettent à de jeunes Canadiens de voyager et de travailler dans d'autres pays avec lesquels un accord de réciprocité a été négocié. Plus de 36 500 échanges ont ainsi eu lieu en 2002-2003 (18 033 Canadiens de toutes les provinces et de tous les territoires sont allés à l'étranger, tandis que 18 565 jeunes étrangers sont venus au Canada), soit une hausse de 8% par rapport à l'exercice précédent (MAECI, RR 2003, p. 71).⁷

Parallèlement, le MAECI a aussi encouragé la participation des Canadiens, particulièrement les jeunes, aux affaires internationales. Cet encouragement s'est traduit par le financement d'activités telles que des projets d'écoles au niveau du développement international – Ingénieurs sans frontières, Passeport-Europe –, des simulations d'organisations internationales dont la plus connue est sans nul doute celle de l'ONU à New York, des voyages d'études, des conférences, etc. Certaines de ses activités se déroulent exclusivement au Canada, parfois uniquement avec la participation de Canadiens, mais toutes possèdent une dimension internationale comme l'illustre les simulations d'organisations internationales prenant place au Canada (MAECI, RR, 2002, p. 78). En 2005-2006, le programme d'affaires internationales aurait financé à la hauteur de 300 000 \$ des ONG et des établissements d'enseignement canadien (MAECI, RR, p. 51).

Finalement, le MAECI avec la collaboration des provinces, puisque de juridiction provinciale, a avancé depuis quelques années une stratégie de commercialisation de l'éducation afin de promouvoir le Canada comme destination d'étude. En 1995, le gouvernement du Canada appuyait financièrement la création du Réseau des centres d'éducation canadiens (CEC) qui, grâce à 14 centres et 5 bureaux régionaux, promeut et commercialise le Canada comme destination d'étude pour les étudiants internationaux (CEC, 2006). En 2003-2004, le ministère évaluait que

⁷ À titre indicatif, en 2006-2007, le nombre d'échanges s'élevait à 54 000 jeunes canadiens et étrangers. (RR, 2006-7, p. 22).

151 400 étudiants étrangers requérant un visa étudiaient au Canada. Leur incidence économique globale, avec visa ou non, est estimée à 5 milliards \$ par an (MAECI, RR, 2004a). L'idée derrière cette stratégie de commercialisation est simple; attirer de futurs agents de promotion pour le Canada à tous les points de vues, autant commerciales que politiques :

After all, a foreign student who goes home having been educated in a city in a province in Canada becomes a permanent ambassador for Canada and a permanent potential economic and political ally. Twenty years later they may be the Finance Minister of their country or president of a key corporation or a leading film-maker (Ralston Saul cité dans Potter, 2009, p. 151).⁸

La lecture des rapports sur le rendement a permis de mettre à jour un instrument qui n'est généralement pas décrit comme en étant un, mais qui s'avère être, particulièrement pour le cas du Canada, incontournable étant donné la jonction des Affaires étrangères et du Commerce international en un seul ministère. Il s'agit de la promotion commerciale internationale comme instrument de diplomatie publique. Selon Bouzanis, les pays dépendants du commerce extérieur sont plus soucieux de leur image d'où l'importance pour eux de requérir à la diplomatie publique. De fait, le Canada est parmi les pays du G8 le plus dépendants au niveau du commerce et des investissements extérieurs pour sa croissance (Bouzanis, 2009, p. 174). Après tout, la promotion commerciale à l'international rejoint la définition de la diplomatie publique puisqu'il s'agit de programmes gouvernementaux qui communiquent avec les auditoires étrangers, spécifiquement sur les opportunités d'affaires avec le Canada. Ces programmes aident à créer en général une meilleure compréhension du pays (Bouzanis, 2009, p. 175). D'ailleurs, la commercialisation de l'éducation au Canada et celle des industries culturelles à l'étranger représentent aussi la facette commerciale de la diplomatie publique.

⁸ Selon Ralston Saul, cette conception de l'étudiant étranger vu comme étant un ambassadeur pour le Canada mériterait plus d'attention. À son avis, les étudiants internationaux ne sont perçus qu'en termes de gains monétaires (Ralston Saul cité dans Potter, 2009, p. 151).

Un des mécanismes pour effectuer cette promotion fut les tournées en terre étrangère d'Équipe Canada vers la fin des années 1990 et débuts 2000. Le concept consistait à réunir dans une région ou un pays particulier des chefs d'entreprises et d'institutions publiques ainsi que des membres du gouvernement incluant le premier ministre, afin de faire connaître les possibilités d'affaires avec le Canada:

Team Canada Missions can be considered as quintessential public diplomacy initiatives, since they were designed to create awareness and goodwill for Canada at a broad societal level in target countries, as a precursor to advancing Canada's trade and investment prospects (Bouzanis, 2009, p.180).

Le Canada pouvait également participer à des activités spécifiques par le Programme Image de marque depuis 2001. Dans le cadre de ce programme, le Canada participait à des foires, forums et salon commercial dans le but de rehausser le profil du pays dans divers domaines prioritaires. Finalement, depuis quelques années le Canada promeut le commerce par des accords de coopération en matière de sciences et technologies. Le principe est le suivant; permettre à divers professionnels des universités, des collèges, entreprises et industries de créer des partenariats en recherche et développement qui contribuent à la production de connaissances et qui peuvent être éventuellement commercialisés. Cela permet de présenter à une population cible (chercheurs, universitaires, entrepreneurs, dirigeants d'entreprises) le Canada sous un aspect moderne, c'est-à-dire de faire « la promotion du Canada sur la scène internationale comme pays et partenaire concurrentiel en matière d'investissement, d'innovation et de production à valeur ajoutée », une des priorités pour le MAECI depuis quelques années (RR, 2007, p. 9).

Les communications représentent une autre catégorie du secteur d'activité de la diplomatie publique. Les outils sont vastes autant que les objectifs sont nombreux: promouvoir le Canada, expliquer la politique étrangère, plaider la position du pays sur certains enjeux (ex. terrorisme), publiciser un programme, etc. En effet, à l'intérieur du RR de 1999-2000, on peut lire que:

Le secteur de la diplomatie ouverte assure les communications avec le public à l'aide d'une gamme de moyens, dont la correspondance, l'accès à

l'information et les services Internet. Il fournit également de l'information de base sur le Canada et les politiques nationales et étrangères du Canada en réponse à des demandes d'information provenant de l'étranger ou du Canada même (MEACI, RR, 2000, p. 45).

Or, entre 1998 et 2008, les outils de communication se sont considérablement développés. Le ministère l'a cependant largement reconnu dans son utilisation de la technologie. Sur le site Internet du MAECI, il y a maintenant des mises à jour continues d'information concernant la politique étrangère et commerciale du pays; des mines antipersonnel à la présence du Canada en Afghanistan, aux données sur la pénétration de nouveaux marchés. À cet égard, il faut particulièrement prendre en compte la mise en place de l'initiative du « Gouvernement en direct » dont le ministère a pris en charge le volet « Le Canada et le monde » (canadainternational.gc.ca) qui vise à créer une adresse Internet spécialement pour les publics étrangers intéressés au Canada (MAECI, RR, 2001; Potter, 2009, p. 165). Notons également le lancement en 2003 du Dialogue sur la politique étrangère qui a été progressivement intégré à la page d'accueil du ministère.⁹ Ce ne sont que quelques exemples des activités du ministère dans l'univers virtuel, mais on peut affirmer que les analystes s'entendent généralement pour dire que le MAECI considère positivement l'utilisation des technologies de l'information pour ces activités et en l'occurrence pour la pratique de la diplomatie publique.¹⁰

En ce qui a trait aux instruments plus traditionnels, on retrouve plus particulièrement les magazines du ministère, *Canada: Regard sur le monde* et *CanadaExport* conçus respectivement pour expliquer la politique étrangère et les

⁹ Ce programme visait à « inciter les Canadiens à débattre du rôle futur de leur pays sur la scène mondiale (...) » (MAECI, RR, 2003, p. 67). Cette initiative a beaucoup fait couler d'encre tant dans la littérature scientifique que par les membres du secteur des TIC qui lui ont décerné des prix dont un au Sommet mondial sur la société de l'information de l'ONU (MAECI, RR, 2004).

¹⁰ « According to a study by Accenture, 2004 was the fourth consecutive year that the Canadian e-government program continued to set the standard for the rest of the world. It is my contention that among foreign ministries worldwide, there was at the time of writing hardly a match to the Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) when it comes to using modern e-government solutions in support of its operations, although some serious contenders are emerging » (Bátora, 2008, p. 85).

possibilités d'exportations à l'étranger. Dans le Rapport sur le rendement de 1998-1999 nous pouvons lire: « La nouvelle publication Canada: Regard sur le monde, conçue pour aider les missions à expliquer la politique étrangère du Canada à des publics internationaux, a été distribuée au Canada et à l'étranger » (MAECI, RR, 1999, p. 45). Aujourd'hui, ces publications prennent cependant davantage la forme électronique.

La diplomatie publique canadienne passe aussi par des chemins plus conventionnels; en personne. Que ce soit par un organisme – Forum des fédérations, la Fondation Asie-Pacifique –, par le Parlement, ou par son propre personnel, le MAECI a instauré de nombreux programmes et participe à plusieurs forums internationaux, officiels ou non, susceptibles d'avancer ses intérêts auprès des publics étrangers. Parmi les programmes, on retrouve entre autres, les visites dans le Nord canadien et les forums diplomatiques annuels, le programme de visiteurs étrangers et le programme des conférenciers.

Deux grandes activités d'échange d'information et de diplomatie publique à l'intention de chefs de missions étrangers ont servi les priorités du ministère dans ce domaine [des relations internationales]. Premièrement, la Tournée nordique annuelle demeure l'une des réussites durables du Ministère en matière de diplomatie publique depuis ses débuts il y a 34 ans. Cette tournée, à laquelle participent 20 chefs de missions étrangères chaque année, vise à faire connaître le rôle que le Nord canadien et les dossiers connexes jouent dans l'élaboration de la politique publique canadienne dans des domaines comme la souveraineté, la coopération internationale, le développement économique, les nouveaux marchés, l'environnement et l'innovation technologique. Deuxièmement, le neuvième Forum diplomatique s'est tenu à Whitehorse (Yukon) en juin 2006. D'une durée de deux jours et se déroulant dans une ville différente chaque année, le Forum diplomatique est un instrument clé de la diplomatie publique. Il réunit tous les chefs de missions étrangères, des hauts fonctionnaires (jusqu'au niveau du Cabinet) et des chefs de file du secteur privé pour discuter des politiques canadiennes et des intérêts des provinces (MAECI, RR, 2006, p. 33-4).

Quant au programme des visiteurs étrangers, qui a cependant pris fin en 2006, des journalistes effectuaient au Canada une visite organisée autour d'un thème pertinent selon la provenance des visiteurs. Ces visites permettaient la publication d'articles sur

le Canada qui étaient, d'après le ministère, beaucoup plus en concordance avec la réalité du pays. Par exemple, en 2001, sept journalistes latino-américains ont pris part à une visite au Canada dont le but était de démontrer « le rôle de chef de file du Canada dans la technologie de l'information et dans les télécommunications et [en] insistant sur le fait que notre pays est un des plus «branchés» du monde» (MAECI, RR, 2001, p. 61). En ce qui a trait au programme des conférenciers, il s'adresse aux Canadiens et vise à mettre en contact des diplomates, hauts-commissaires, délégués commerciaux et cadres supérieurs avec divers auditoires intéressés à la politique étrangère et commerciale du Canada (MAECI, RR, 2003, p. 69).

Parmi les autres instruments, la radiodiffusion et la télédiffusion internationale à travers Radio-Canada international (RCI) et TV5 demeurent des outils importants quoiqu'encore très loin d'égaliser ces homologues du G7, exemple, Voice of America, BBC World Service, Radio France International ou Deutsche Welles (Potter, 2002a, p. 183). Le tableau 1.1 dans l'introduction indique qu'environ 21 \$ millions par année sont alloués à cet instrument de diplomatie publique (Potter, 2009, p. 16).

Quant à la radiodiffusion, RCI, grâce au financement de Patrimoine Canada, radiodiffuse depuis 1945 à l'international. « RCI a pour mandat de faire connaître les valeurs canadiennes et les activités sociales, économiques et culturelles du Canada vers des cibles géographiques déterminées en consultation avec le Gouvernement du Canada » (Radio-Canada, 2004, p. 26). Plus précisément, RCI rencontre des représentants du MAECI et de Patrimoine Canada environ deux fois l'an pour discuter des langues de transmission, des pays ou régions cibles et des questions que le radiodiffuseur aimerait aborder (Entrevue avec Roger Tétrault, 2009).

En 10 ans (1998-2008), RCI a évolué de multiples manières. Tout d'abord, grâce à l'émergence des nouvelles technologies, RCI est maintenant accessible non seulement sur ondes courtes – analogiques ou numériques – et sur le réseau des radios partenaires qui est passé de 300 à 400 à travers le monde, mais également par satellite sur RCI plus depuis 2005-2006 et par Internet (rcinet.com) depuis 2006-2007. RCI diffuse en sept langues soit en français, en anglais, en espagnol, en russe,

en mandarin, en arabe et en portugais.¹¹ En 2003, un nouveau mandat a été établi par le gouvernement canadien et qui a dû être mis en œuvre par le radiodiffuseur. De ce plan de repositionnement, cinq sous-objectifs sont ressortis: « Cibler clairement les auditoires internationaux de RCI, promouvoir le talent canadien à l'étranger; permettre aux auditoires du monde entier de mieux comprendre les grands enjeux canadiens et internationaux; multiplier les activités de partenariats; et miser sur la force du groupe CBC/Radio-Canada » (Radio-Canada/CBC, 2004, p. 27). Les auditoires spécifiquement ciblés sont en Europe et en Afrique subsaharienne (en français et en anglais), en Inde (en anglais), en Amérique latine (en espagnol et en portugais), au Moyen-Orient (en arabe et en français), en Chine (en mandarin) et en Russie (en russe) (Radio-Canada/CBC, 2005, p. 30). Le Canada est aussi devenu une «cible» depuis quelques années étant donné l'importance que RCI accorde à la question des nouveaux arrivants et futurs immigrants au pays:

Quand on a décidé de devenir multimédia, on a aussi décidé d'ajouter une nouvelle cible géographique qui était le Canada. Et c'était dans la logique que puisque nos contenus étaient formatés ou conçus pour des étrangers, c'est-à-dire des gens qui connaissent peu ou moins bien le Canada que les Canadiens, il y avait un contexte à faire dans nos émissions. On le fait dans nos émissions à l'étranger. On a trouvé normal qu'on le fasse aux étrangers qui viennent s'installer au Canada (Roger Tétrault, 2009).

Le site Internet multilingue et multimédia RCI Viva est spécialement construit pour ce public.

En matière de télédiffusion internationale, le Canada passe essentiellement par le réseau TV5 qui diffuse à travers le monde dans 203 pays et qui rejoint hebdomadairement 173 millions de téléspectateurs, audience cumulée. Étant le deuxième actionnaire en importance après la France, le Canada, avec la collaboration financière de Québec, peut diffuser 400 heures d'émissions de la télévision de Radio-Canada par ans sur TV5 (Radio-Canada/CBC, 2006, p. 41). De plus, le contenu

¹¹ RCI diffusait jusqu'à tout récemment en neuf langues, incluant le cantonais et l'ukrainien. Les réductions budgétaires à Radio-Canada/CBC ont motivé ce choix.

canadien de la programmation varie selon la région visée, c'est-à-dire que davantage d'heures seront diffusées en Amérique qu'en Asie, par exemple. Outre TV5, le Canada est absent dans cet univers qu'est la télédiffusion internationale, malgré quelques essais infructueux du côté anglophone au début des années 2000 (Potter, 2009, p. 164-5).

1.1.2 La diplomatie publique en tant que programme

À l'intérieur du secteur d'activité de la diplomatie publique se trouve le Programme de diplomatie publique (PDP). Étant un élément du secteur d'activité, le PDP a financé certaines activités déjà décrites ci-haut, mais diffère sur les objectifs et les ressources qui lui sont dédiées.

Selon la Direction de la vérification (2005a, p. 6) qui a examiné les documents gouvernementaux initiaux (non disponibles au public), l'objectif principal du programme s'avérait être la promotion de l'unité nationale par la voie internationale. On visait donc à essayer de renforcer l'attachement et le sentiment d'appartenance au Canada, à projeter l'image d'un pays uni et à sensibiliser les Canadiens par une approche qui pourrait ajouter de la clarté au débat national.¹² Lloyd Axworthy, ministre des Affaires étrangères entre 1996 et 2000, explique comment s'opère le lien entre la politique étrangère et l'unité nationale canadienne:

The most valuable lesson I learned from applying our foreign policy to the cause of national unity came through the insightful work of a young Quebecker, Daniel Laprès [...]. He presented me with a plan to bring Canadian foreign policy to the young people of Quebec as a prime illustration of how they could fulfill their ambitions for a global activism through participating in making and delivering Canadian policy, rather than through efforts to seek sovereignty.

[...W]e launched a campaign of direct involvement with young people and NGOs [...]. Our efforts also demonstrated how an activist, internationalist policy can help shape an identity in a country. International accomplishments reinforced our basic values and enhance our pride as a people. The extent to

¹² Il faut comprendre que cet objectif s'insère dans un contexte post-référendaire sur la souveraineté du Québec.

which Canadians see their country playing a useful, effective role abroad adds to the sense of cohesion, confidence that is an indispensable part of our national makeup (Axworthy, 2003, p. 58-9).

Instauré en 1998, le projet pilote du PDP prenait appui sur des mécanismes de prestations déjà établis par d'autres programmes tels qu'en art et en culture, en communication, en francophonie et en relations universitaires internationales. Outre ces domaines, le Programme a commencé à appuyer l'implication des Canadiens, particulièrement les jeunes Québécois, aux affaires internationales. Le programme finançait également certaines activités que les diverses missions à l'étranger voulaient mettre en place et qui correspondaient aux objectifs gouvernementaux (Direction de la vérification, 2005a, p. 6). D'ailleurs, dès 1999-2000, apparaît le concept des « missions du programme », c'est-à-dire des missions prioritaires qui recevaient assurément un montant pour leurs projets de diplomatie publique, alors que les autres accédaient à des fonds selon leurs situations géographiques. Trois missions avaient été ciblées, celles de New York, Paris ainsi que la Maison du Canada à Londres. En 2004-2005, douze missions étaient devenues prioritaires et laissait entendre une diversification dans les pays déterminants aux yeux du MAECI, c'est-à-dire les pays émergents et les puissances régionales, soit celles de New York, Londres, Washington, Bruxelles, Berlin, Madrid, Santiago, Buenos Aires, Mexico, Brasília, Beijing et New Delhi (Direction de la vérification, 2005a, p. 11).

En bref, le fonds du PDP permettait de financer des activités en complément de ceux déjà instaurés dans les différents domaines. Ainsi, en promotion des arts et des industries culturelles, le PDP soutenait les programmes culturels au sein des missions et appuyait la création de nouvelles initiatives, respectivement illustrés par exemple, par le lancement d'un festival canadien à Mexico et la mise sur pied d'un programme d'échange de directeurs de théâtre entre Washington D.C et le Canada (Direction de la vérification, 2005a, p. 12-3). Sur le thème de la francophonie, le PDP a aidé la Direction des affaires de la francophonie à subventionner des projets des missions et de la société civile tels que la participation de Canadiens à la réunion de

la Fédération internationale des professeurs de français à Atlanta en 2004 (Direction de la vérification, 2005a, p.28). En communications, des fonds du PDP ont aidé les missions dans leurs stratégies de communication dont par exemple, l'amélioration du site web d'une ambassade ou la création de minicédérom contenant des informations sur le Canada. À Ottawa, le PDP a aussi contribué entre 1998 et 2004, à ce que la Direction des programmes de sensibilisation et des communications électroniques poursuive le Programme des visiteurs étrangers, à ce que le Programme des conférenciers crée des produits promotionnels – le Canada dans la classe, fiches d'informations, sites Internet– et à ce qu'il continue de publier la revue trimestrielle *Canada; Regard sur le monde*. Quant aux relations universitaires, le PDP a alloué des ressources aux projets de la société civile: Conférences universitaires, simulations d'organisations internationales, projets d'échanges.

Selon le rapport d'évaluation du PDP et ce, entre 1998 et 2004, le programme aurait alloué près de 12.4\$ millions à environ 500 projets canadiens grâce à un budget total de 42.3 \$ millions (Direction de l'évaluation, 2005a, p. 19).

1.1.3 Dates charnières

Nous avons pu constater les débuts quelque peu chaotiques de la «projection de la culture et des valeurs canadiennes» à partir de 1995 ainsi que la naissance du programme de diplomatie publique en 1998. Quelles ont été les dates charnières à partir de 1998?

Tous conçoivent qu'à travers le monde, septembre 2001 fut une date prééminente dans l'exercice de la diplomatie publique. Le Canada n'a pas échappé aux conséquences que ces événements ont eues sur la pratique de la diplomatie publique:

Les événements du 11 septembre 2001 ont considérablement renforcé la nécessité d'activités de diplomatie ouverte, avec une meilleure coordination des communications et de la politique horizontale au sein du MAECI, et avec les autres ministères dont les responsabilités sont liées au rôle du Canada dans la lutte contre le terrorisme et le programme de sécurité publique. La guerre

contre le terrorisme demande des efforts renouvelés pour projeter une image du Canada en tant qu'allié fiable, notamment à l'égard des États-Unis. Les programmes de relations culturelles et académiques et la commercialisation peuvent y aider (MAECI, RR, 2003, p. 42).

Les couvertures médiatiques étrangères négatives, les nouvelles préoccupations du Ministère – Afghanistan, frontières canado-américaines, plan de lutte antiterroriste – ainsi que l'augmentation des demandes d'informations de la population canadienne concernant l'orientation du gouvernement ont incité celui-ci à rediriger ces efforts de diplomatie publique tant au niveau national et international.

C'est dans ce contexte changeant que le gouvernement Martin publie l'énoncé de politique internationale de 2005 intitulé *Fierté et influence, notre rôle dans le monde* qui donnera un nouveau souffle à la pratique de la diplomatie publique par le Canada. À l'intérieur de ce document on stipule notamment que:

La diplomatie moderne est de plus en plus une diplomatie publique. (...) La diplomatie publique est également essentielle pour réaliser les objectifs de notre politique étrangère. En persuadant autrui de la valeur de nos propositions et de nos stratégies, ou en engageant un dialogue interculturel, nous pouvons beaucoup avancer dans la réalisation d'objectifs communs importants pour les Canadiens (MAECI, ÉPI, 2005, p. 34).

L'importance que l'on accorde à la diplomatie publique se reflète aussi dans les activités du ministère. La diplomatie publique devient un des six impératifs dans la construction d'un ministère des Affaires étrangères du XXI^e siècle; elle devait à partir de maintenant être intégrée aux activités principales du MAECI. Ce dernier recherche davantage de cohérence entre les instruments et les objectifs de politique étrangère. À l'échelle internationale, les missions élaborent des stratégies de diplomatie publique:

Au début de 2006, le MAECI a lancé son nouveau processus de stratégie par pays qui a favorisé la consultation systématique entre les activités de programme Relations bilatérales et Politique stratégique. Cette coopération accrue, fondée sur un simple protocole d'entente, a fait en sorte qu'il y ait un lien direct entre les activités de diplomatie ouverte et les priorités générales des missions et que les deux activités de programme disposent d'un tableau complet des ressources des missions individuelles afin de faciliter la prise des

décisions. (...) En outre, les missions ont œuvré pour minimiser l'importance des activités traditionnelles basées sur des événements et se concentrer sur des initiatives de promotions plus stratégiques qui pourraient contribuer manifestement à faire avancer les intérêts du Canada (MAECI, RR, 2006, p. 52).

Selon Pahlavi, le fait que les documents gouvernementaux prennent de front le concept de diplomatie publique et qu'ils en parlent abondamment révèle que la « diplomatie publique s'est substituée à l'idée de troisième pilier » et par conséquent qu'elle est de plus en plus vue comme un instrument à part entière au service des objectifs de la politique étrangère canadienne (Pahlavi, 2008, p. 9). Bref, l'ÉPI de 2005 et les actions du gouvernement démontrent que le lien entre diplomatie publique et politique étrangère est accru et plus stratégique que jamais.

Or, l'arrivée au pouvoir des conservateurs en février 2006 modifie quelque peu cette position accordée à la diplomatie publique. Bien que le gouvernement confirme cette tendance qui consiste à faire coïncider étroitement les objectifs gouvernementaux avec les instruments de diplomatie publique, les ressources qui lui sont affectées sont considérablement revues à la baisse. En termes de programmes, le gouvernement a mis fin au Programme de promotion des arts qui a cessé toutes activités en mars 2009. Au niveau des d'études canadiennes, le ministère a repensé son approche en inaugurant, en avril 2008, le Programme *Comprendre le Canada* qui, selon les explications, « adopte une approche plus stratégique de la diplomatie ouverte et une pertinence accrue pour les priorités du gouvernement, tout en respectant la liberté de l'enseignement universitaire des canadianistes » (CIEC, 2006). Par exemple, le financement est maintenant accordé selon les thématiques abordées telles que l'Afghanistan, le partenariat nord-américain ou encore l'environnement et l'énergie. En ce qui a trait à RCI, les coupures ont notamment réduit le nombre de langues dans lesquels le radiodiffuseur rejoignait les publics étrangers. Enfin, notons la suppression du Programme de diplomatie publique.

Bref, 1998, 2001, 2005 et 2006 représentent des dates charnières qui ont affecté la pratique de la diplomatie publique canadienne et qui seront à prendre en considération tout au long de ce travail.

1.2 Conclusion

Ce chapitre voulait donner une vue globale de ce que le Canada avait accompli en matière de diplomatie publique depuis 10 ans; ses objectifs globaux, ces actions, ces programmes, ces instruments. Deux remarques importantes, précédemment abordées dans la section théorique, ressortent de ce résumé.

Premièrement, il est possible de remarquer qu'il n'y a pas de séparation nette et précise entre la diplomatie traditionnelle (d'État à État) et la diplomatie publique canadienne. En 1997-1998, le gouvernement stipulait: « L'expression «diplomatie publique» renvoie aussi bien à l'utilisation de techniques de communications pour toucher directement des auditoires étrangers qu'à l'utilisation des voies diplomatiques traditionnelles » (MAECI, RR, 1998, p. 32). C'est peut-être aussi pour cette raison que l'on peut retrouver dans les activités de diplomatie publique du ministère des événements tels que les Forums diplomatiques annuels ou les tournées dans le Nord canadien. Il est aussi important de préciser que les instruments de diplomatie publique – éducation, culture, communication, promotion commerciale – n'évoluent pas en vase clos, tout comme les instruments de diplomatie conventionnelle avec ceux de la diplomatie publique non plus. En clair, cela signifie qu'une ambassade pourrait publiciser par Internet une manifestation culturelle canadienne qui inviterait à la fois des représentants d'États et des jeunes canadianistes.

Deuxièmement, établir une différenciation nette entre les publics canadiens et étrangers est une dichotomie qu'il est impossible de faire clairement dans le cas canadien. Le secteur d'activité de la diplomatie publique et le programme de diplomatie ouverte confirment de par leurs objectifs propres – promouvoir l'identité canadienne – ou leurs initiatives – dialogue web avec la population canadienne, programme des conférenciers, les pays cibles de RCI – que cette distinction est vaine.

Cette particularité de la diplomatie publique canadienne fut largement discutée par les spécialistes du domaine (Potter, 2004; Vickers, 2007; Henrikson, 2005).

Dans le prochain chapitre, nous explorerons le maniement des instruments de diplomatie publique dans les pays partenaires et alliés du Canada.

CHAPITRE II

DIPLOMATIE PUBLIQUE ET ÉTATS DÉVELOPPÉS

À l'intérieur de ce chapitre, nous nous intéresserons à la stratégie de diplomatie publique canadienne envers les pays développés. Tout d'abord, nous mettrons en lumière les liens qu'entretient le Canada avec ce type d'États. Cette section visera à répondre grossièrement à la question de Nye lorsqu'il définit le concept de capacité de ralliement: « getting others to want the outcomes that you want » (Nye, 2004, p. 5) et donc, de s'interroger sur ce que souhaite le Canada envers ce groupe d'États. Ayant émis l'hypothèse qu'une stratégie au niveau des instruments de diplomatie publique s'établira en fonction du développement socio-économique des États ciblés, il est important d'examiner ici les grands objectifs du Canada envers les pays développés. Par la suite, pour chaque cas, nous utiliserons l'ordre suivant: nous nous pencherons tout d'abord sur les relations culturelles, l'éducation internationale, les communications puis la promotion commerciale. Les chapitres suivants font donc office de résumés des données quantifiables obtenues, des rapports gouvernementaux, des informations d'organisations chargées de la mise en oeuvre, des divers articles scientifiques et entrevues menées dans le cadre de ce mémoire.

2.1 Le Canada envers les pays développés¹

Les relations transatlantiques du Canada avec l'Union européenne (UE), ou les liens entretenus avec les pays du G8, ont généralement été teintés par la bonne entente. Les termes « partenaires » et « alliés » qualifient souvent leurs relations.

¹ D'entrée de jeu, nous voulons préciser que le terme « États développés » est rarement employé dans les documents gouvernementaux. Faisant partie du Groupe des 8 (G8) et de l'Union européenne (UE), nous avons examiné le contexte dans lequel ces groupes apparaissaient dans les documents gouvernementaux.

Dans le Livre blanc de 1995, le Canada stipulait: « Ce que nous avons en commun [le Canada et l'UE], c'est avant tout un système de valeurs. Nos liens économiques, culturels et humains continuent d'être intenses et dynamiques; notre engagement dans le système international est fondé sur des objectifs communs » (MAECI, ÉPI 1995, p. 34). Dans l'ÉPI de 2005, le Canada renchérisait:

L'UE est un partenaire stratégique du Canada. Nos liens historiques, politiques, culturels et économiques avec l'Europe, et les valeurs que nous partageons, font de nous des alliés naturels. Nos relations sont essentielles pour la prospérité canadienne et pour faire avancer dans le reste du monde notre programme d'action (...) (MAECI, ÉPI 2005, p. 25).

Dans la même veine, l'analyse des RR démontre que les pays du G8 et de l'UE sont prioritaires pour le Canada. Et si l'on examine les priorités annuelles du Ministère entre 1998 et 2008, il est possible d'en trouver plusieurs qui abondent en ce sens: « intensifier la coopération du Canada avec l'UE et d'autres alliés européens » (MAECI, RR, 2003, p. 28), « renforcer les relations bilatérales clés du Canada avec ses partenaires du G8 » (MAECI, RR, 2004), « établir des relations améliorées avec les partenaires du G8, ainsi qu'avec l'Union européenne » (MAECI, RR, 2007, p. 21).

Dans les faits, cette entente s'est exprimée et s'exprime par une coopération sur presque tous les enjeux internationaux auxquels le Canada doit faire face qu'ils soient d'ordres sécuritaires, financiers, politiques, technologiques, commerciaux, sociaux ou autres. D'un point de vue plus pratique, et ce, vers la fin des années 1990, le Canada a, entre autres, traité avec l'UE de la crise financière asiatique, de la guerre en Bosnie-Herzégovine, d'un accord en enseignement supérieur, du bogue de l'an 2000, du contexte de l'élargissement de l'UE, de la Politique européenne de défense, de libéralisation du commerce (études exploratoires sur le libre-échange), d'un accord de reconnaissance mutuelle, de l'Arctique, etc. (MAECI, RR, 1998 à 2001). À partir de 2001, le terrorisme et les enjeux de sécurité en général deviennent plus présents,

mais davantage au sein du G8 que de l'UE.² Aujourd'hui, le Canada et l'UE continuent de coopérer sur des enjeux tels que l'environnement, le commerce, les sciences et les technologies, la mise en place d'un programme de partenariat, la mobilité des jeunes, la sécurité aérienne, l'énergie, la situation en Afghanistan.

Les termes d'alliés et de partenaires ne signifient pas pour autant une absence de conflit ou de divergence d'opinions entre le Canada et l'Union européenne ou les membres du G8. Les différends commerciaux ont été aussi présents que l'ont été les enjeux d'ordres sécuritaires tels que la définition du concept de terrorisme.³ Il est possible que la relation transatlantique Canada-UE soit moins harmonieuse que les RR ne le laissent supposer sans, cependant, diminuer le fait qu'ils demeurent des partenaires et des alliés durables.

En bref, l'étude des RR de 1998 à 2008 a démontré que les pays développés que sont la France et le Royaume-Uni sont des partenaires, des alliés autant sur le front du commerce, du politique qu'au niveau sécuritaire ou même culturel. Le désir du Canada est d'avoir une voix au chapitre des décisions mondiales et d'apparaître comme un pays sur lequel on peut s'appuyer et se rapporter. La diplomatie publique devient donc un instrument permettant au Canada de gagner en influence auprès de ces acteurs de premier plan. Quelle sera donc la stratégie de diplomatie publique face à ces États?

2.2 La France

La relation Canada-France s'appuie sur plusieurs éléments. Outre le lien de « mère patrie » découlant de la colonisation de la Nouvelle-France par les Français et qui a largement été analysé ailleurs, d'aucuns s'entendent pour dire que la France et le Canada possèdent une « relation spéciale » (Massie, 2008). La politique étrangère

² On pense notamment au Partenariat mondial du G8 contre la prolifération des armes de destruction massive et matières connexes, au Groupe de Rome sur le terrorisme et autres enjeux reliés, au nucléaire, à la question de l'Iraq, etc.

³ L'amiante, les graines oléagineuses, le boeuf canadien ne sont que quelques exemples de différends commerciaux.

canadienne a favorisé une coopération avec ce pays en tant qu'allié et partenaire, comme la section précédente le laissait entendre et ce, malgré quelques dissensions dont la plus significative fut la question de la souveraineté du Québec. Cependant, d'après l'Ambassade du Canada en France, la relation entre les deux pays s'est diversifiée et a gagné en importance au cours des dernières années, ce que confirment à première vue les RR:

Le Canada et la France entretiennent une collaboration étroite en matière de politique étrangère, les deux pays partageant une vision commune des relations internationales : engagement vers le multilatéralisme, accent sur les problèmes de sécurité internationale, promotion de la démocratie, des droits de la personne, de la bonne gouvernance et du développement. Cette collaboration étroite s'exprime sur le plan des opérations de maintien de la paix (Afghanistan, Haïti, Afrique), de l'aide au développement, sans oublier au sein de la Francophonie et du G8 (Ambassade du Canada en France, 2009).

Dans ce contexte de rapprochement, comment s'est articulée la stratégie du Canada en diplomatie publique?

La diplomatie publique canadienne envers la France durant la période étudiée (1998-2008) a particulièrement été active. En relations culturelles, on ne peut passer outre le Programme *Canada-France 2004-2008* dont l'objectif déterminant était de « changer la nature des relations Canada-France pour les années à venir » (Direction de la vérification, 2004, p. 3). Étalé sur une période de trois ans, le programme visait « à moderniser l'image du Canada en France, à renforcer les partenariats et réseaux Canada-France, à célébrer la dualité linguistique et la diversité culturelle du Canada et à commémorer quatre siècles de dialogue et de découverte entre les deux pays » (MAECI, RR, 2004).⁴ Basé sur la célébration des 400 ans de l'installation française en Amérique du Nord en 1604, le programme de 19\$ millions mettait en place divers projets dont les plus importants sont l'exposition « Le Canada vraiment » qui expose à la Cité des sciences et de l'industrie à Paris le visage moderne du Canada

⁴ Le programme était bel et bien échelonné sur trois ans, mais prenait fin en 2008 pour inclure les festivités entourant le 400^e anniversaire de la ville de Québec (1608).

d'aujourd'hui; l'édification de la maison de l'émigration à Tourouvre; l'organisation d'un forum canadien sur l'entreprise de la culture; la création d'un centre d'interprétation sur Samuel de Champlain à Brouage; et la numérisation des archives de la Nouvelle-France disponibles en ligne (MAECI, RR, 2004).⁵ Citons également les appels à projets faits à la société civile canadienne et française qui a mené à l'aboutissement d'une cinquantaine d'événements puis aux activités destinées à la jeunesse qui prônent la mobilité des jeunes: tables rondes sur le sujet à l'ambassade de Paris, signature d'un accord-cadre sur la mobilité et les échanges de jeunes, augmentation de la part des deux pays des quotas acceptés par années, etc. (Gouvernement du Canada, 2005). Une revue de presse du MAECI a révélé que les médias avaient accordé une couverture importante aux événements Canada-France avec plus de 320 articles et 33 mentions à la radio et à la télévision, ce qui, d'après eux, a permis d'atteindre la majorité des foyers français (MAECI, RR 2005, p. 33).

Le Centre culturel canadien à Paris est un important outil de la diplomatie publique canadienne en France. Ayant été fermé pour cause de restrictions budgétaires dans la mi-décennie 1990, le Centre a cependant rouvert ces portes en 1998 (Potter, 2002b, p. 8). Le Centre culturel comporte 5 secteurs d'activités soit, le service des arts visuels, des arts de la scène, de l'écrit et de l'écran, des relations universitaires et de documentation.⁶ En 2004, on estimait les visites annuelles à 50 000. Durant cette même année, le Fonds du PDP aurait contribué pour 200 000\$ au Centre, alors que 250 000\$ provenait du Programme *Canada-France* (Direction de la vérification, 2004a, p. 6).

En France, les programmes culturels sont gérés principalement par le Centre culturel canadien qui est le coordonnateur des activités de promotion des artistes canadiens en France. Le Centre culturel canadien, qui s'est appuyé en grande partie sur le Programme *Canada-France* pour développer ses activités

⁵ Chaque projet est pensé et communiqué pour faire en sorte que le public perçoive le Canada comme étant un pays moderne. Ainsi, la numérisation de documents historiques peut paraître banale, mais se révèle être la première base de données historique bilatérale au monde à être entièrement accessible en ligne (Gouvernement du Canada, 2005).

⁶ Ce dernier permet un accès à Internet pour de la recherche sur le Canada, à des ouvrages canadiens, à des bases de données (ex. Repère), aux publications officielles fédérales, etc.

entre 2002 et 2005, a aussi grandement profité du financement du PDO [Programme de diplomatie ouverte] depuis 2000. L'objectif du Centre est de promouvoir et de diffuser la culture canadienne au moyen d'expositions *intra-muros* et de fournir un soutien financier et logistique à des « ambassadeurs » de la culture canadienne dont les productions illustrent la diversité de cette culture (Direction de la vérification, 2005a, p. 13).

En ce qui concerne le Programme de promotion des arts (PPA), la France fut un grand bénéficiaire d'événements culturels provenant du Canada. L'analyse des données fournies par le MAECI entre 1998 et 2008 indique que des six pays étudiés, la France est incontestablement celui qui a reçu le plus de Canadiens désireux de faire connaître leurs œuvres et duquel est aussi venu des acheteurs potentiels et des artistes de renom au Canada (visiteurs étrangers). En termes de ressources, entre 1998 et 2000, le PPA selon nos calculs, allouait en moyenne 265 000\$ à la France par année. Par la suite, le financement a fluctué autour des 900 000\$ à 1 400 000\$ par année, à l'exception de l'année budgétaire 2001-2002 (690 000\$). Le secteur le plus financé est celui des arts de la scène qui, souvent, représentait plus de 80% des dépenses totales de l'année pour ce pays (Direction des relations culturelles internationales, 1998-2008). Le PPA a notamment aidé les Petits chanteurs du Mont-Royal (10,000\$, 2002), le Projet ExMachina de Robert Lepage (80,000\$, 2007), le Cirque Éloize (49,000\$, 2007) et l'Orchestre Symphonique de Montréal (80,000\$, 2007) à se produire en France (Direction de la vérification, 1998-2008).⁷

Sur le plan de l'éducation internationale, le Canada a maintenu à travers les années des liens assez importants grâce à ses instruments de diplomatie publique. En effet, le réseau des canadianistes en France s'est révélé être non négligeable avec 18 centres d'études canadiennes et qui plus est, appuyé financièrement par le ministère et le Programme d'aide aux études canadiennes grâce à des bourses de recherche, d'étude ou de soutien aux bibliothèques et autres (CIEC, 2003-2008). Avec l'instauration du Programme *Comprendre le Canada* décrit au chapitre un, on peut

⁷ Le lecteur devra prendre en note que les montants sont souvent accordés pour des tournées dans divers pays.

certes s'attendre à ce que le processus de financement et d'aide pour les études canadiennes en France soit plus compétitif, mais il est encore trop tôt pour dire quelles seront les implications de ce changement sur le réseau français.

Il n'existe pas de bureaux du CEC pour la commercialisation de l'éducation canadienne en France, cependant, les chiffres démontrent qu'une bonne partie d'Européens venant étudier au Canada sont d'origine française, ce qui laisse entendre un intérêt certain pour le système d'éducation canadien ou une bonne stratégie de la part des gouvernements fédéraux et provinciaux ainsi que des institutions d'enseignements. Par exemple, en 2001-2002, 20% des étudiants étrangers étaient Européens, dont 10% provenaient de la France (Statistique Canada, 2005, p. 23). Dans le même ordre d'idées, le MAECI a distribué à des étudiants particulièrement doués des *Bourses du gouvernement canadien*, environ 15 par année, jusqu'en 2005 et a recommencé cette année à en allouer au niveau du postdoctorat (CIEC, 2003-2008; Division de l'éducation internationale et jeunesse, 2009).⁸ Du côté des programmes jeunesse, le ministère a particulièrement été actif pendant les années 2000 comme l'illustrent les ententes bilatérales sur le sujet: entente sur le Programme *Vacance-travail* (2001), amendement à l'entente de 1956 sur les stagiaires qui augmente le contingent annuel (2001), entente sur les échanges de jeunes (2003) (Information sur les traités du Canada). Bref, les mesures facilitatrices mises en place par le gouvernement en termes d'échange de savoir et de personnes sont solides et à notre avis, somme toute productives.

Concernant les communications du gouvernement canadien envers le public français, on ne peut passer outre le rôle de Radio-Canada et de TV5Monde/TV5Québec. Tout d'abord, au niveau de la télédiffusion, la coopération avec la France a été tout aussi importante d'une part, par la participation de Radio-Canada à TV5Monde/Québec et d'autre part, par l'établissement de partenariats avec

⁸ En 2005, le programme des Bourses du gouvernement du Canada s'est davantage tourné vers les pays en développement des Amériques et des Caraïbes. Communications avec le Bureau de l'éducation internationale, courriel du 24 février. Comme nous l'avons dit aussi dans le chapitre 1, les bourses de la francophonie relèvent de l'ACDI, elles ne sont donc pas accordées aux étudiants français.

d'autres chaînes dont France 2 et Canal 5 pour des échanges d'émissions (Radio-Canada/CBC 2002, p. 54; 2003). Néanmoins, le plus gros de la télédiffusion canadienne passe par TV5Monde. Uniquement en Europe, selon Potter (2002a, p. 188), TV5Monde diffuse 15% de contenu canadien, comparé à 13% en Asie, 12% en Afrique et 28% dans les Amériques. Toujours selon Potter, malgré que ce soit un effort louable du Canada de télédiffusion à l'international, un milieu où il est pratiquement absent, le contenu canadien à TV5 peut être mal identifié compte tenu de l'importance de la programmation française et mal représenter, en définitive, ce qu'est le Canada:

Although it is an important international projection of Canada's francophone character and a valuable showcase for Canadian French-language programming, the fact remains that it does not broadcast in languages other than French and its identity for viewers is influenced by the predominance of programming from France (Potter, 2002a, p. 188).

En ce qui a trait à la radiodiffusion, peu d'information était disponible à l'intérieur des rapports annuels de Radio-Canada sur la stratégie de RCI à l'égard de l'Europe, pareillement envers la France. Interrogé sur la question, M. Tétrault de RCI a souligné trois caractéristiques à prendre en compte dans le cas de l'Europe et même des pays développés en général:

On s'intéresse aux Européens, mais on se dit les Européens... Ce sont des pays très développés, ils ont déjà les trois conditions: ce sont des démocraties ouvertes, ce sont des gens en moyens et ils ont accès à toutes les technologies. Donc, ils peuvent écouter une émission du Canada n'importe quand, n'importe comment. Ils n'ont pas besoin de RCI. Ils ont TV5, ils ont le web, ils tapent Canada ou tapent Québec, puis ils s'en viennent chez nous. Ou encore Radio-Canada.ca. Donc, c'est pour ça que ce n'est pas une cible prioritaire en français. C'en est une, mais après l'Afrique. (Roger Tétrault, 2009)

C'est probablement pour cette raison que Radio-Canada, plutôt que RCI, procède davantage à des échanges avec ses partenaires radiophoniques de France, notamment avec Radio-France International, le diffuseur public du pays. Il faut dire que prenant part à l'Organisation des radios francophones publiques – Radio-France, Radio Suisse Romande, RTBF (Belgique) –, Radio-Canada participe à des échanges d'émissions et

de jumelages de stations depuis plus de 50 ans (Radio-Canada/CBC, 2002, p. 43). Et puisqu'il est maintenant aussi possible d'écouter la radio sur Internet et d'avoir accès à des balados, les portes se sont ouvertes à de multiples possibilités afin de faire connaître un pays. De fait, Radio-Canada estime que 12.6% des visiteurs du site musical populaire bandeapart.ca sont français (Radio-Canada/CBC, 2007, p. 26).

Toujours dans les communications gouvernementales, nous aurions également pu mettre le projet France-Canada 2004-2008 qui, représente en soi une tactique de communication avec le public français par la publicité entourant les divers événements ou tout simplement par les dialogues qui se sont créés sur plusieurs sujets dont le rôle de la jeunesse dans les relations canado-françaises. Les manifestations culturelles, sportives ou éducatives tournant autour du thème de la francophonie et qui implique des Français pourraient aussi être incluses dans cette section.

Finalement, en ce qui concerne la promotion commerciale comme instrument de diplomatie publique, on peut identifier quelques manœuvres de la part du Canada pour rehausser son image. Entre 1998 et 2008, le Canada a participé à de multiples foires et événements économiques permettant de faire connaître les entreprises canadiennes. Par exemple, le ministère a encouragé la présence canadienne à la foire du multimédia de Cannes (MAECI, RR, 2000, p. 15), au Forum mondial des sciences de la vie (MAECI, RR, 2006, p. 149) et à des activités spéciales en recherche et développement concernant notamment les biotechnologies et l'optoélectronique (MAECI, RR, 2002, p. 29). Parallèlement, avec la montée de l'Union européenne, plus d'initiatives relevant de la promotion commerciale sont dirigées vers cet acteur. Ainsi, la promotion des partenariats en sciences et en technologies dont l'accord a été signé en 1996 se fait maintenant à l'échelle européenne. Les Sommets Europe-Canada et les organisations telles que l'« European Research » aident à créer des réseaux en matière de recherche et développement en sciences et technologies (MAECI, RR, 2003, p. 37; 2006, p. 149).

2.3 Le Royaume-Uni

La relation entre le Canada et le Royaume-Uni est intimement rattachée aux liens historiques, constitutionnels, institutionnels, démographiques, militaires, commerciaux que ces deux pays entretiennent depuis la conquête de la Nouvelle-France par l'Empire britannique. Le Royaume-Uni a toujours été un acteur important en politique étrangère canadienne, c'est-à-dire un partenaire et un allié malgré quelques mésententes à travers l'histoire de leur relation (comme la crise du Canal de Suez en 1956). Entre 1998 et 2008, les deux pays ont été très actifs sur les plans politiques, commerciaux et sécuritaires, et ce, au niveau bilatéral et multilatéral (Haut-commissariat du Canada au Royaume-Uni, 2009). Les RR confirment cette coopération sur plusieurs enjeux: renseignements, passeports, destruction d'armes, accords aériens, accord de paix au Soudan, l'arctique, promotion commerciale, investissements et passeports, etc. Aussi, le Royaume-Uni s'est particulièrement investi dans la lutte au terrorisme, il contribue comme le Canada à la mission internationale en Afghanistan.

Or, nonobstant l'existence d'une relation enviable à plusieurs points de vue, le Canada a fort à faire pour améliorer l'image d'un partenaire international important et fiable aux yeux du Royaume-Uni. Voici comment s'ouvre le rapport de vérification du Haut-commissariat à Londres par l'inspecteur général:

Le Royaume-Uni, en tant que puissance mondiale, et Londres, en tant que ville mondiale, constituent un environnement très compétitif, et, compte tenu de la nature solide et généralement exempte de problèmes de notre relation, le Canada n'occupe pas souvent une place importante dans l'esprit de nos interlocuteurs. Obtenir une plus grande visibilité et un meilleur accès est un défi constant pour la mission [le Haut-commissariat du Canada au Royaume-Uni] (Direction de la vérification, 2006, p. 1).

En effet, le gouvernement canadien s'évertue à promouvoir son pays par divers programmes et mécanismes. Tout d'abord, mentionnons la présence de la Maison du Canada à Londres qui a fêté ses 80 ans d'existence en 2005. Selon plusieurs,

l'emplacement de cette dernière est digne de mention; située au cœur du quartier touristique de Londres –Trafalgar Square –, la Maison du Canada à Londres abrite les divisions des relations universitaires et culturelles, une bibliothèque, plusieurs services consulaires ainsi qu'un cinéma de 52 places et des lieux d'expositions pour artistes canadiens (Potter, 2009, p. 106). À titre indicatif, la Maison a bénéficié pour l'année financière 2004-2005, d'un budget culturel de 215 000\$, plus d'un financement de 46 000\$ par le PPA (Direction de la vérification, 2006, p. 17). D'ailleurs, les données concernant les subventions du PPA indiquent passablement la même chose que pour la France; faibles subventions pour les deux premières années (150 000 \$, 240 000 \$), puis des fluctuations passant de 560 000 \$ à 836 000 \$ pour finir par 1 145 000 \$ en 2007-2008 (Direction des relations culturelles 1999-2008). Les arts de la scène constituent également le secteur le plus financé, avoisinant aussi les 80% du budget total par année. Interrogé sur la pertinence de subventionner des gros ou petits groupes d'artistes – un orchestre symphonique ou un artiste seul – un fonctionnaire canadien a répondu que la culture du pays, en l'occurrence l'Angleterre, a nécessairement un impact sur le choix des artistes: «England is known for ... its classical ballet ... for a reason – there is a market there. So why not [take] the National ballet [to England] if there is a market there, and show some of these people what we can do » (Potter, 2009, p. 117). Et, en effet, on peut constater que certains artistes choisis, le sont en fonction du marché: Compagnie de danse Marie Chouinard (170,000\$, 2006), Compagnie de danse La la la Human Steps (200,000\$, 2008), Royal Shakespeare Company (71,500\$, 2008).⁹

Pour ce qui est de l'éducation internationale, le Canada a entretenu avec le Royaume-Uni des liens plus étroits à partir des années 1970 avec la création de la « British Association of Canadian Studies » (BACS) par des canadianistes britanniques et l'instauration de la Fondation des études canadiennes par le Haut-Commissariat à Londres. C'est à ce moment que le ministère commence à subventionner les centres

⁹ Le lecteur devra prendre en note que ces montants sont souvent accordés pour des tournées dans divers pays.

d'études canadiennes et qu'un partenariat s'établit entre le BACS et les instances politiques canadiennes à Londres. En 2009, le BACS compte 12 centres, programmes et groupes régionaux d'études canadiennes et comme la France, bénéficie du Programme d'aide aux études canadiennes par des bourses de recherches – environ 16 par année –, soutien aux bibliothèques et bourses aux étudiants méritants, etc. (CIEC, 2003-2007; British Association for Canadian Studies, 2007). D'après une publication du BACS de 2007, le Canada rentabilise ses investissements en matière d'aide aux études canadiennes au Royaume-Uni:

The Government of Canada currently spends \$250,000 a year to support teaching and research principally through Centres of Canadian Studies and the British Association for Canadian Studies and its specialist groups, as well as conferences, postgraduate travel, and collaboration between British and Canadian universities. The Foundation for Canadian Studies similarly dispenses around \$250,000 annually. The two funding partners work in close collaboration to ensure continuity and cohesiveness. It is estimated that the funding provided by the Government of Canada and the Foundation for Canadian Studies leverages nine times that amount in terms of university overheads, salaries, and the personal time committed by the more than 300 British academics who teach and research Canada and organise conferences, field trips to Canada, student and staff exchanges, and collaboration with Canadian counterparts (BACS, 2007, p. 1-2).

Comme il a été dit plus haut, le Programme *Comprendre le Canada* instauré en 2008, aura probablement des conséquences sur le financement des centres d'études. Il faudra voir si ces conséquences seront à l'avantage du réseau des canadianistes au Royaume-Uni qui subit depuis quelques années une légère baisse dans ses effectifs (Direction de la vérification, 2006, p. 19).

En matière de bourses d'études, le Canada distribue des montants aux étudiants anglais par le Programme des bourses du Commonwealth. Cependant, il n'a pas été possible de retracer à travers le temps, entre 1998 et 2005, si des bourses du Commonwealth ont été attribuées à des étudiants du Royaume-Uni, ni si dans l'affirmative, combien il y aurait pu en être distribuées. Depuis 2005, cependant, nous

pouvons confirmer que ces bourses s'adressent aux pays en voie de développement.¹⁰ Néanmoins, en 2007-2008, le ministère a créé un programme de bourses du postdoctorat parmi les pays développés du Commonwealth, ce qui a permis à 10 étudiants anglais d'obtenir des bourses d'une valeur de 32 000\$ par année sur un total de 11 boursiers (Division de l'Éducation internationale et jeunesse, 2009).

En termes de commercialisation de l'éducation canadienne au Royaume-Uni, notons qu'il n'y a pas de bureau du CEC à l'intérieur de ce pays malgré une part d'étudiants étrangers provenant du Royaume-Uni assez minime. Selon les chiffres de l'UNESCO, en 2005, 1.6% des étudiants étrangers au Canada provenaient du Royaume-Uni (Institut de la statistique de l'UNESCO, 2005). Dans certains cas, la commercialisation de l'éducation relève davantage de la promotion commerciale:

La promotion des produits et des services d'enseignement canadiens d'excellente qualité constitue toujours un moyen efficace de faire connaître le Canada à l'étranger. À titre d'exemple, le Pavillon du Canada à l'importante British Education Technology Exposition présentait 12 exposants canadiens du secteur privé, haussant ainsi l'image des capacités d'enseignement au Canada. Cette présence a donné lieu à des partenariats importants et à des ententes de distribution et de vente pour les entreprises canadiennes (MAECI, RR, 2004).

Des programmes existent aussi pour faciliter les échanges de jeunes avec le Royaume-Uni, soit des variantes du Programme *Vacance-travail*. Cependant, avec la signature d'un Cadre de coopération en matière d'enseignement supérieur, de promotion et de jeunesse avec l'Union européenne en 2007, il est probable que ce soit un domaine qui s'élargisse à de multiples possibilités dans un avenir prochain (Information sur les traités du Canada, 2009).

En termes de communications produites par le Canada à l'attention du public anglais, le Royaume-Uni ne s'avère pas être une cible prioritaire pour RCI, comme nous l'avons énoncé plus tôt pour le cas de l'Europe. On peut cependant constater que

¹⁰ Communication avec la Division de l'éducation internationale et jeunesse, courriel du 24 février 2009.

des échanges de contenus se font entre la CBC et les radiodiffuseurs et télédiffuseurs importants du Royaume-Uni tels que la « British Broadcast Corporation » (BBC) (Radio-Canada/CBC, 2003, p. 62; 2006, p. 40). Radio-Canada fait partie du « Commonwealth Broadcasters Association » et est membre associé de l'Union européenne de Radio-Télévision, qui facilitent les échanges de contenu que se soit en radiodiffusion ou en télédiffusion entre les services publics et privés des divers pays membres.

En dernière analyse, la promotion commerciale du Canada effectuée au Royaume-Uni ressemble beaucoup à celle pratiquée en France. Tout d'abord, le Canada a financé la participation de Canadiens à plusieurs événements commerciaux sous le Programme *Image de marque*, tels que le Salon de l'aviation à Farnborough et la mission commerciale des femmes d'affaires au Royaume-Uni, « Women Crossing Borders » (MAECI, RR, 2002, p. 25; 2003, p. 25; 2006, p. 137). Ensuite, le Canada a également travaillé à construire des réseaux de recherche et développement en sciences et technologies (MEACI, RR, 2002, p. 29). À cet égard, les efforts du Haut-commissariat au Royaume-Uni en matière de promotion commerciale se superposent aux activités destinées à l'UE, comme ce fut le cas pour la France.

2.4 Conclusion

La France et le Royaume-Uni, deux pays membres de l'Union européenne et participants du G8, représentaient les deux cas du premier groupe étudié, c'est-à-dire les États dits développés. Le Canada a maintenu des liens durables avec ces pays par ses multiples instruments de diplomatie publique qui auront sûrement contribué à faire perdurer sa capacité de ralliement auprès de ces deux États.

Il n'y a aucun doute sur le fait que la France et le Royaume-Uni sont prioritaires pour le Canada comme le laissait supposer la section concernant l'analyse des grands objectifs envers les pays partenaires et alliés. En relations culturelles et en relations universitaires, le Canada accorde le gros de ses ressources à ce type de pays: « Environ 70% de ces subventions [du Programme de promotion des arts] ont

contribué à des activités dans des pays membres du G8 en reconnaissance de leur importance stratégique pour la politique étrangère du Canada » (MAECI, RR, 2005, p. 146). Puis, en 2006-2007, nous pouvions lire que « plus de 80 % du financement au titre du Programme des études canadiennes sont axés sur les pays du G8, le Mexique, le Brésil, l'Inde et la Chine » (MAECI, RR, p. 43).

Plus précisément, si l'on s'attarde aux instruments utilisés dans chaque cas, on s'aperçoit clairement que la stratégie du Canada a été axée sur le long terme, sur l'établissement de relations durables tel que décrit par Nye dans la section théorique (2004, p. 109). Dans le domaine de la culture, les centres culturels, le financement accordé par le PPA, le Programme *Canada-France 2004-2008* ont tous participé à l'établissement d'une meilleure connaissance sur le Canada et de réseaux plus étendus. Si la France semble avoir bénéficié davantage de financement dans ce domaine, il faut rappeler que d'une part, l'événement *Canada-France 2004-2008* aura probablement mobilisé les ressources du ministère, dont celles du PPA et que d'autre part, l'importance de la culture en France aura aussi été déterminante dans la stratégie du Haut-commissariat à Paris. À cet égard, la propre orientation de la diplomatie publique française en matière de relations culturelles est révélatrice.¹¹

En éducation, on ne peut que constater que les programmes sont définitivement plus ciblés avec les années, contribuant ainsi aux objectifs de politiques étrangères canadiennes. Les bourses du gouvernement du Canada et du Commonwealth dédiés aux étudiants du postdoctorat, ainsi que les nouvelles orientations du Programme *Comprendre le Canada* dirigées vers certains thèmes précis ne sont que quelques exemples visant à faire coïncider étroitement les dépenses aux priorités fixées par le ministère. Cette conception rejoint tout à fait celle de Nye qui stipule néanmoins que si l'information ou le programme apparaît trop contrôlé par l'État, il perd de sa crédibilité. Le Canada devra probablement expliquer ce choix auprès des canadianistes s'il souhaite conserver la légitimité du programme.

¹¹ Voir le tableau 1.1 de l'introduction.

En ce qui a trait aux communications avec l'étranger, il y a peu de radiodiffusion canadienne dans ces deux pays. En télédiffusion, le Canada est présent sur TV5Monde, mais comme nous l'avons vu cette présence comporte aussi des lacunes. Dans son ouvrage, Nye concède qu'il peut être difficile de faire valoir les communications gouvernementales dans cette ère de l'information puisque celles-ci ne représentent qu'une partie infime de l'information globale. Néanmoins, pour les puissances moyennes qui doivent faire face au problème d'invisibilité (Bàtora, 2006), c'est une situation qui est plutôt indésirable si le Canada souhaite bénéficier d'une capacité de ralliement. C'est particulièrement vrai pour le cas du Royaume-Uni.

La promotion commerciale en France et au Royaume-Uni a également servi les objectifs de politique étrangère canadienne décrits dans la section 2.1 de ce chapitre. Il faut dire que le Canada dispose d'une vaste gamme de possibilités – forums, foires, salons et autres – afin de s'entretenir avec le public étranger dans le cas des pays développés, et ce, dans les domaines des sciences et des technologies ou tout simplement dans la vente et la représentation à l'international. En bref, la capacité du Canada à promouvoir sa croissance économique passe par son pouvoir de présenter le pays comme un partenaire valable au niveau de la recherche, du commerce et des investissements, ce que le ministère tente selon toute vraisemblance de faire.

Finalement, il sera intéressant de constater à l'avenir quelle sera la place accordée à l'Union européenne comme destinataire des efforts en diplomatie publique étant donné que certains pouvoirs notamment, en termes d'instauration de normes communes par exemple, en enseignement supérieur ou en relations commerciales sont et seront de plus en plus dévolus à celle-ci.

CHAPITRE III

DIPLOMATIE PUBLIQUE ET ÉTATS ÉMERGENTS

Dans le chapitre précédent, nous avons présenté les instruments de diplomatie publique utilisés afin de communiquer avec les publics étrangers des États développés. Quelle est, maintenant, cette stratégie envers les pays dits émergents que sont la Chine et l'Inde? Commençons tout d'abord, par les grands objectifs du Canada envers les États émergents.

3.1 Le Canada envers les pays émergents

Dans l'ÉPI de 1995, le gouvernement canadien reconnaissait déjà l'importance grandissante de certains pays au sein de leur région, mais également dans le monde, et ce, tant au niveau économique que sécuritaire (MAECI, ÉPI, 1995, p. 6). Économiquement, le Ministère a notamment rendu compte au sein des RR des diverses actions entreprises en matière de promotion commerciale, des tournées fructueuses d'Équipe Canada, de l'investissement direct étranger en provenance de cette région, de l'ouverture de l'espace aérien ou encore de leur apport à l'OMC dont l'entrée de la Chine s'est fait en 2001. Au niveau sécuritaire, les RR font état des préoccupations du Ministère sur ce qui est perçu comme des menaces à la sécurité ou des valeurs du Canada, par exemple le respect des droits de la personne en Chine ou la possibilité de conflit nucléaire entre le Pakistan et l'Inde.

À partir des années 2000, des changements se dessinent dans l'approche canadienne face à ce groupe de pays; principalement vus comme des économies émergentes, la Chine, l'Inde et le Brésil sont passés à la qualification plus globale de puissances émergentes. Tout d'abord, le Canada reconnaît plus clairement, dans son

discours, ce groupe de pays. Face au contexte mondial de 2005, le MAECI reconnaît qu'«une nouvelle distribution du pouvoir est en train d'émerger sur l'échiquier mondial avec la montée d'importants nouveaux acteurs, dont la Chine, l'Inde, le Brésil » (MAECI, RR, 2005, p. 14). Dans le Livre blanc de 2005, le Canada classera les États en deux groupes d'importance: « Le deuxième sous-groupe [les premiers étant les partenaires du Canada] comprend les nouvelles puissances du monde en développement, comme la Chine, l'Inde et le Brésil. Le Canada doit nouer avec elles des relations qui correspondent mieux à ses intérêts croissants » (MAECI, ÉPI 2005, p. 24).

Ensuite, le MAECI reconnaît, dans les faits, l'importance de ces types d'États en relations internationales. Cette constatation pousse le ministère à inclure les pays émergents comme priorité annuelle depuis 2006. On peut y lire que le Canada a entrepris des actions concrètes comme l'élaboration de stratégies pangouvernementales pour les pays prioritaires et le positionnement stratégique d'entreprises sur les marchés émergents (MAECI, RR, 2006, 2007, 2008). Aussi, le Canada a investi massivement depuis les dernières années dans les ressources des missions prioritaires – Chine, Inde, Brésil et Mexique – notamment en immobilisation et en personnel (MAECI, RR, 2006). Notons également une tendance à l'élargissement des domaines d'actions entre le Canada et ces États: terrorisme, relations universitaires et culturelles, déclaration conjointe de coopération, régionalisme (APEC), sciences et technologies, accord de commerce et d'investissement élargi, fédéralisme, désarmement.

Bref, le Canada tente clairement de mieux se positionner face à ces acteurs qui gagnent en puissance, il participe à leur inclusion en traitant de plus en plus avec ces États, et ce, sur plusieurs enjeux tant commerciaux que sécuritaires ou autres.

3.2 Chine

La relation Canada-Chine a été marquée par la fondation en 1949 de la République populaire de Chine. Inséré dans un contexte de guerre froide, cet événement a nui à la relation entre les deux pays pendant plusieurs années. Les choses changent à la mort de Mao en 1976, alors que la Chine met graduellement en place des réformes économiques et permet plus de latitude au niveau social, mais la relation politique demeure très fragile durant les années 1980, une fragilité qui s'accroît avec les événements de la Place Tiananmen de 1989 (Edward, 2008, p. 304). Avec l'effondrement de l'URSS, le Canada commencera à accorder, dans les années 1990, davantage d'importance à la Chine sur le plan économique en dépit du fait que plusieurs enjeux restent épineux dont la question des droits et libertés, le régime en place, le statut du Tibet et de Taiwan, etc. (Edward, 2008, p. 308).

Face à cet engagement du Canada envers la Chine, plusieurs estiment que la défense des droits humains et des valeurs démocratiques était subordonnée aux opportunités économiques.¹ Avec l'arrivée des conservateurs au pouvoir, Edward (2008, p. 309) considère que cette subordination est moins apparente; la politique d'Harper est d'une part, davantage synchronisée avec celle des Américains et d'autre part, elle remet la question des droits humains et des régimes démocratiques à l'ordre du jour. Or, la Chine n'est pas un pays facile à ignorer pour le Canada puisqu'il est la première source d'immigrant au pays et qu'il est définitivement un joueur politique et économique majeur au sein du système international. Face à ce constat, comment s'articulera la diplomatie publique canadienne en Chine?

Avant d'entamer la revue des instruments employés en Chine, il faut convenir que la promotion du Canada se fait dans un cadre nouveau, c'est-à-dire qui peut être déterminé par le contrôle de l'information, de la culture, de l'éducation par le parti

¹ C'est l'avis des défenseurs des droits humains (Charles Burton cité dans Edwards, 2007, p. 309).

unique, le Parti communiste chinois.² Cela dit, l'intérêt du Canada pour la Chine est demeuré intact et a suivi une courbe intéressante entre 1998 et 2008. Il n'est pas étonnant dès lors, de constater que le Canada ait voulu construire des liens avec la population chinoise pour bénéficier des possibilités qui s'offrent, autant politiques qu'économiques, au moment même où la Chine s'ouvre au monde.

Tout d'abord, sur le plan de la culture, le MAECI a dépensé, dans le cadre de son PPA, entre 100 000\$ et 360 000\$ par année à des groupes artistiques canadiens pour qu'ils exposent ou produisent leurs œuvres en Chine. Les années financières 2004-2005 et 2007-2008 s'écartent de cette tendance avec des financements respectifs de 600 000\$ et 878 000\$. Pour l'année 2004-2005, ce chiffre peut être expliqué par l'envoi de groupes artistiques importants qui a nécessité davantage de fonds dont le *Ballet de Jazz de Montréal* (40,000\$), *l'Alberta Ballet* (50,000\$), *The Glen Gould School* (45,000\$) ou encore *The Canadian Stage Company* (200,000\$) (Direction des relations culturelles internationales, 2005).³ Pour la dernière année du programme, ce financement important s'explique en partie par les nombreuses subventions accordées aux visites d'acheteurs chinois dans les festivals canadiens, dont le Festival international d'animation d'Ottawa (12,000\$), le Festival du film de Montréal (16,800\$) ou encore le Festival international du film de Vancouver (22,800\$) (Direction des relations culturelles internationales, 2008).

Dans le même ordre d'idées, l'Ambassade du Canada à Beijing produit un bulletin sur l'internationalisation de l'art en Chine qui, plus précisément, voit à ce que les artistes canadiens s'impliquent sur la scène culturelle chinoise en élaborant sur les possibilités offertes au pays (Ambassade du Canada en Chine, 2009).⁴ Le bulletin est maintenant offert depuis quatre ans.

² Par exemple, les sites Internet sont susceptibles d'être bloqués en Chine comme ce fut le cas pour Radio-Canada quelques mois avant les Jeux de Pékin en 2008.

³ Le lecteur devra prendre en considération que ces montants incluent parfois plus d'un pays puisqu'ils font partie d'un montant global de tournée.

⁴ Par exemple, le dernier numéro présentait la conversion des infrastructures olympiques en salle de spectacle.

Il est intéressant de constater que contrairement à la France et au Royaume-Uni, les missions du Canada en Chine ne possèdent ni bibliothèque, ni centre d'information sur le Canada, ni centre culturel, et ce, même si l'Ambassade du Canada en Chine est la troisième en importance au monde (Direction de la vérification, 2003, p. 12).

En éducation internationale, le Canada a aidé à l'établissement des centres d'études canadiennes. Trente-six centres sont opérationnels et sont regroupés sous l'Association pour les études canadiennes en Chine dont on compte 202 membres (CIEC, 2008, p. 10). La Chine a bénéficié du Programme d'aide aux études canadiennes et continuera à être prestataire sous le nouveau programme *Comprendre le Canada* (CIEC, 2009).

Quatre Centres d'éducation du Canada (CEC) sont établis en Chine si l'on inclut le bureau de Hong Kong. À sa fondation en 1998, le premier bureau du CEC était basé à l'intérieur de l'Ambassade canadienne à Beijing. En 2001, il a établi un partenariat avec l'Association de l'éducation de Chine pour les échanges internationaux et a déménagé pour pouvoir être plus accessible au public chinois désirant étudier au Canada (Ambassade du Canada en Chine, 2009). La présence de ces bureaux aide sûrement à promouvoir l'éducation au Canada, car de tous les pays, les Chinois sont les plus nombreux à venir étudier au Canada. Effectivement, en 2001-2002, ils étaient 7000 Chinois sur 53 000 étudiants étrangers à venir étudier dans une université canadienne. En 2004-2005, 17 000 étudiants provenaient de la Chine sur un total de 75 500 (UNESCO, 2005; Statistique Canada, 2005, p. 23). L'implication canadienne lors des foires éducatives en Chine participe probablement aussi à ce succès. Le « China International Education Exhibition Tour », par exemple, permet à des exposants de partout à travers le monde de promouvoir leur institution d'enseignement, et ce, dans diverses villes de Chine. Plusieurs milliers de Chinois

affluent chaque année dans ce genre d'exposition, sans compter l'attention médiatique que ces événements attirent sur les divers exposants.⁵

En termes de bourses distribuées par le gouvernement du Canada aux futurs leaders, il faut signaler le Programme d'échange Chine-Canada en collaboration avec le « China Scholarship Council ». Le programme de 4 à 12 mois permet à des étudiants ou professionnels du Canada et de la Chine d'effectuer des échanges pour établir une meilleure compréhension, particulièrement parmi la communauté intellectuelle, des deux pays. Trois cent-quatre-vingts-quatorze Chinois auraient participé au programme depuis sa création en 1973 (Potter, 2009, p. 140). Depuis quelques années, celui-ci a cependant fait peau neuve:

In 2004, the program was redesigned and enlarged to better reflect the increasing growth within the Canada-China relationship. As a result, Canada has extended the program to include Chinese non-academics (e.g., economists, broadcasters, judges) in exchanges, in hope that these individuals will return to China with not only a better understanding of Canada but also a better appreciation of Canadian values, such as human rights and respect for democracy (Potter, 2009, p. 140).

La Chine participe également avec le Canada aux échanges de jeunes par les Programmes de vacance-travail, de jeunes professionnels et jeunes travailleurs ainsi qu'en enseignement coopératif international. D'ailleurs, le Canada a été actif en ce qui concerne l'élargissement des liens entre la population canadienne et chinoise par la signature en 2005, d'un accord culturel qui permet la coopération au niveau culturel, des échanges de jeunes, de l'information et des communications (Traité du Canada, 20 janvier 2005).

Les actions canadiennes au niveau des communications ont été dynamiques durant la période étudiée, encouragées à bien des égards par l'ouverture de la Chine durant les années 1980. Voici un extrait de l'entrevue accordée par Roger Tétrault, directeur par intérim de RCI:

⁵ Le Canada y présentera en 2009 56 exposants (Ambassade du Canada en Chine, 2009).

Vous savez, les premiers contacts avec la Chine, c'était l'ancien président Juneau qui les avait faits lors d'un voyage en Chine en 1987 ou 1988. Les Chinois avaient demandé au Canada de faire des cours de langue en anglais parce que la Chine voulait s'ouvrir au monde et obtenir de nouvelles connaissances. Et c'était plus facile de faire affaire avec le Canada, qui était un pays plus amical ou moins dangereux que les États-Unis, qui était et est toujours un rival de la Chine. C'était mieux le Canada par rapport aux États-Unis et c'était mieux le Canada par rapport à l'Angleterre ou la Grande-Bretagne parce que (...) l'avantage de notre accent au Canada c'était qu'il était plus proche de celui de l'américain. Donc il y a eu une entente de principe. Ensuite le contrat a été refile à RCI parce que c'était plus dans nos cordes de faire ça. (...) C'est comme ça que l'on est allé se chercher nos premiers partenaires qui étaient à Pékin, Shanghai, Sian (...). Guangdong aussi. (...) Et c'est comme ça qu'en 1992, on a pu établir des émissions en cantonnais parce qu'ils étaient prêts à diffuser des émissions sur le Canada en cantonnais (Entrevue avec Tétrault, 2009).

Plus précisément, entre 1998 et 2008, RCI et les radios partenaires en Chine ont participé à plusieurs coproductions et échanges de contenu qui a permis au Canada de diffuser du matériel canadien notamment sur Radio Beijing, Chongqing, Guangdong, et Shanghai (Olechowska, 2007, p. 102-3). La Chine s'avérait donc être un pays cible de RCI pendant la décennie 1990 et continuera de l'être après le renouvellement du mandat de 2003 du radiodiffuseur.⁶ D'ailleurs, les multiples options offertes par la technologie au niveau de l'information et des communications facilitent les échanges de contenu entre RCI et la Chine. Par exemple, les avancées technologiques en Chine au niveau de l'Internet permettent à RCI d'envoyer à partir de 2001, son contenu par le web plutôt que par courrier (Olechowska, 2007, p. 102). En outre, RCI commence à diversifier ses services en offrant entre autres, un cyberjournal aux abonnés et en présentant une section en mandarin sur son site multimédia RCI Viva (Radio-Canada/CBC, 2000, p. 23).

Dans le but maintenir ou d'établir un réseau de contacts ainsi que d'élargir ses possibilités en Asie, RCI prend part à l'*Asia Institute for Broadcasting Development*

⁶ RCI avait inclus le cantonnais comme langue de diffusion après l'arrêté en conseil de 2003, mais des restrictions budgétaires ont amené le radiodiffuseur à abolir récemment ses programmes en cantonnais.

(AIBD) et dont la Chine est également membre.⁷ Avec l'AIBD, le Canada a été mandaté en 2008 afin de mener une coproduction multinationale sur le thème de la diversité culturelle. Ce genre de coproduction à l'échelle plurilatérale avec l'AIBD ainsi qu'au niveau bilatéral avec la Chine permet au Canada d'avancer certains thèmes, certaines méthodes et par-dessus tout de faire parler du Canada:

Ça veut dire que ces nouveaux pays, des nouveaux partenaires, ils vont diffuser nos productions. Donc qui parlent du Canada et c'est ça notre mandat. (...) On aura transféré aussi des nouvelles façons de faire, on aura eu de l'influence sur la production. (...) Et ça tisse des liens pour l'avenir (Entrevue avec Tétrault, 2009).

Sur un tout autre plan, mais toujours en communication, les RR font mention de l'apport de la Fondation Asie-Pacifique à établir un dialogue sur les relations interétatiques entre le Canada et les nations asiatiques. De manière indirecte, des organisations telles que la Fondation jouent le rôle de communicateurs auprès de la Chine qui permet au Canada de faire parler de lui auprès d'une population cible. Cette organisation reçoit une grande partie de son financement du ministère (MAECI, RR 2006, p. 83).

Cette section sur les communications canadiennes envers le public chinois permet de mettre en lumière un outil de diplomatie publique qui s'avère un tremplin pour faire connaître un pays. En effet, les Olympiques de Beijing en 2008, ont été l'occasion pour le Canada de montrer aux Chinois et autres nationalités, «la culture, les valeurs, l'expertise et l'esprit d'innovation du Canada » (MAECI, RR, 2008, p. 52). Dans la réalisation de cet objectif, le Canada avec la collaboration de la Colombie-Britannique a construit le Pavillon Colombie-Britannique-Canada près de la Place Tiananmen et de la Cité interdite qui est resté ouvert de mai à septembre 2008. Le Pavillon est un instrument de diplomatie publique qui a permis d'avancer les intérêts politiques et commerciaux du Canada:

⁷ Selon Roger Tétrault, l'AIBD et le Groupe des 6 (Australie, Canada, Japon, Suède, Suisse, Pays-Bas) constituent les deux principales organisations avec lesquelles RCI fait affaire (Entrevue avec Tétrault, 2009).

De son côté, le Ministère a consacré des ressources considérables au Pavillon Colombie-Britannique-Canada à Beijing pour que les entreprises canadiennes puissent tirer parti de la forte présence canadienne dans cette ville. Le financement du pavillon a permis de réaliser plusieurs activités intéressantes en Chine touchant les affaires, l'enseignement et la culture, et ce, afin de profiter des Jeux olympiques et de promouvoir le thème de la porte d'entrée de l'Asie-Pacifique (MAECI, RR, 2008, p. 55).⁸

Avec l'essor économique de la Chine, les actions du Canada en diplomatie publique visant la promotion commerciale vont évidemment au-delà des Jeux olympiques. Entre 1998 et 2008, l'analyse des RR révèle la mise en place de plusieurs mécanismes ayant pour cible la population chinoise intéressée au Canada. Un de ces mécanismes est l'emploi de missions commerciales dans le pays cible et dont la forme la plus profitable, selon le gouvernement et les observateurs, fut Équipe Canada (Bouzanis, 2009, p. 181). En effet, sur 7 missions, deux d'entre elles ont eu pour destination la Chine dont la toute première mission d'Équipe Canada en 1994 qui réunissait 50 entreprises et qui a conclu pour 5,1\$ milliards d'ententes commerciales (Bouzanis, 2009, p. 181). En 2001, la tournée des principales villes de Chine par Équipe Canada a amené la plus grosse délégation canadienne jamais vue; 554 participants ont pris part à la mission dont la plupart provenaient du secteur de l'éducation – collèges, universités, compagnies – et ont conclu des ententes de 5,7\$ milliards (MAECI, RR, 2001, p. 65). Par la suite, les missions commerciales ont été plus restreintes.⁹ Ainsi, en 2004-2005 et en 2006-2007 d'autres missions ont été mises sur pied et portaient sur certains secteurs particuliers dont les technologies en

⁸ L'Initiative de la Porte et du Corridor de l'Asie Pacifique (IPCAP) vise à tirer parti de l'emplacement stratégique du Canada au niveau du transport qui se situe entre l'Asie et l'Amérique du Nord.

⁹ Le premier ministre Chrétien avait réussi à établir de bonnes relations avec la Chine notamment grâce aux tournées d'Équipe Canada. Le défi de son successeur, M. Martin, a été de retenir l'attention par des actions de diplomatie publique ciblées : « In China, with the support of the PDP funds, the Beijing mission has developed a Canada 100 list which lists more than 200 opinion leaders who can help Canada have greater resonance in various spheres in China. The targeted opinion leaders are systematically invited to major events organized by the mission in order to maintain Canada on their agenda. A significant example is the first visit of Prime Minister Paul Martin to China, which was an occasion to invite targeted decision-makers and demonstrate to them that Canada's engagement with China goes beyond Mr. Chrétien's personal involvement while he was in power » (Direction de la vérification, 2005a, p. 14).

environnement, l'énergie ou encore le transport maritime en rapport avec l'Initiative de la porte et du corridor de commerce de l'Asie-Pacifique (MAECI, RR, 2005, p. 67; RR, 2007, p. 134).

Parallèlement, la coopération en sciences et technologies avec la Chine a fortement progressé durant la période étudiée. Cette coopération a permis à divers professionnels des universités, collèges, entreprises et industries de créer des partenariats en recherche et développement qui contribueront à la production de connaissances et pourront éventuellement être commercialisées. Grâce à la signature d'un traité bilatéral sur la coopération en sciences et technologies en 2007, le Canada a pu réunir et financer au cours de l'année financière 2007-2008 par exemple, 26 chercheurs canadiens du secteur privé et public afin qu'ils entrent en contact avec des partenaires chinois (MAECI, RR 2008, p. 55).

Outre l'organisation de missions commerciales et de partenariats en recherche et développement, le Canada demeure présent lors des foires commerciales et autres événements cibles:

En Chine, le Ministère s'est essentiellement efforcé d'accroître la sensibilisation au Canada grâce à des activités à grande échelle ciblées, en accueillant des séminaires sur les investissements et en lançant un programme de visites de sollicitation. Le Ministère a collaboré avec les partenaires provinciaux au Programme d'image de marque du Canada en assurant une présence canadienne importante et en diffusant des messages ciblés à l'occasion d'activités comme le Séminaire sur les investissements au Canada organisé à l'occasion du China International Forum for Investment and Trade (MAECI, RR, 2006, p. 147).

De manière générale, on peut dire que l'intérêt du Canada pour la Chine se fait réellement sentir en 2002-2003 selon les observations que l'on peut tirer des RR. Il faut dire que l'évaluation de 2003 de l'ambassade canadienne à Beijing soulignait que non seulement les ressources affectées à la diplomatie publique étaient faibles, mais que le Canada accusait « un certain retard par rapport à la plupart des autres pays de même optique pour projeter son image et ses valeurs par le biais de la diplomatie ouverte » (Direction de la vérification, 2003, p. 1). Peut-être en réaction à cet examen,

le MAECI parle pour la première fois dans ces RR en 2003 qu'il a instauré une stratégie de diplomatie publique:

Le Ministère a entrepris des consultations à grande échelle, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du gouvernement, qui ont abouti à la définition d'une stratégie de diplomatie ouverte particulière pour la Chine. Des représentants des établissements d'enseignement, de groupe et d'institutions artistiques et culturels, et des organismes gouvernementaux participants se sont réunis pour discuter des moyens à prendre pour renforcer les partenariats culturels avec la Chine et améliorer la coordination, la planification, les communications et le marketing (MAECI, 2003, p. 72).¹⁰

Un an plus tard, l'ambassade canadienne à Beijing devenait une mission prioritaire pour le Canada, ayant ainsi droit à une part plus substantielle du fond du PDP pour ces activités (Direction de la vérification, 2005a). En somme, il y a une concordance entre les nouvelles ressources accordées à la pratique de la diplomatie publique en Chine et au statut de priorité attribuée au pays en politique étrangère canadienne.

3.3 L'Inde

La relation canado-indienne peut être comparée, selon Louis A. Delvoie (2007), à des « montagnes russes ». En effet, la politique canadienne à l'égard de l'Inde fut une succession d'engagements, de désengagements et de réengagements. Suite à l'interdépendance de l'Inde en 1947, Ottawa et New Delhi ont entretenu de bonnes relations jusque dans les années 1950, basées notamment sur l'intérêt commun de prévenir l'intensification de la guerre froide (English et Touhey, 2007, p. 224). Malgré quelques accrochages dans les années 1960, la relation s'envenime sérieusement en 1974, alors que l'Inde effectue un essai nucléaire grâce à un réacteur vendu par le Canada (Touhey, 2008). Cet épisode ouvre la porte à une période de stagnation, tant au niveau politique qu'économique pendant les années 1980. Ce n'est que dans la mi-décennie 1990 que le Canada reconnaît les changements qui s'opèrent

¹⁰ Cette stratégie de diplomatie publique, bien qu'apparentée, est différente de la stratégie de pays qui a débuté autour de 2006 (chapitre 1).

en Inde en termes de développement économique jusqu'à ce que, en 1998, le gouvernement indien mène une série de tests nucléaires. Formellement condamné par le Canada, ces essais mènent Lloyd Axworthy, alors ministre des Affaires étrangères, à rappeler temporairement le Haut-commissaire canadien à Ottawa, à suspendre son aide au développement et à inciter la communauté internationale à faire de même (Touhey, 2008). En 2001, malgré l'inquiétude d'Ottawa au sujet de la prolifération d'armes nucléaires en Asie du Sud-est, le gouvernement Chrétien a souhaité un réengagement du Canada envers l'Inde qui concorde, à partir de 2005, avec le désir avoué de se « rapprocher » des pays émergents (Touhey, 2008).

Parlant de la relation canado-indienne dans son ensemble, l'ambassadeur Louis A. Delvoie reprenait les paroles du professeur John Wood qui stipulait que pour qu'il y ait une meilleure entente entre les deux États, il faudrait améliorer les perceptions et les connaissances que les deux pays ont l'un de l'autre:

Despite all of the rhetoric about "commonalities", it is quite apparent that Canada and India are on opposite sides of the globe, in different climatic zones, and widely separated both culturally and on any number of social and economic indicators... Despite a phenomenal rise in the numbers of Canadians of India origin, the vast majority of people in both countries know little about each other (cité dans Delvoie, 2006, p. 13).

Quelles ont été les actions de diplomatie publique du gouvernement canadien entre 1998 et 2008 pour améliorer cette perception en Inde, lui qui souhaite mieux se positionner face aux acteurs émergents (section 3.1)? Premièrement, au niveau des instruments culturels du PPA, force est de constater que peu d'investissements ont été accordés à ce pays selon les données du ministère. Il n'est pas étonnant d'observer, d'après le bref historique relaté ci haut, qu'aucun montant n'a été octroyé avant 2001-2002. À partir de cette date, les subventions ont varié entre 2,000\$ et 35,000\$ par année à l'exception de 2007-2008 avec un budget de 71,800\$ (Direction des relations culturelles, 1999-2008). Une majeure partie de ces subventions ont été faites à l'intention de visiteurs étrangers au Canada qu'ils soient artistes ou acheteurs potentiels, particulièrement pour la première et dernière année de contribution du

programme. Fait important, les fonds sont davantage destinés au secteur des films et vidéos, contrairement aux autres pays qui ont reçu beaucoup plus d'artistes d'arts de la scène. Cette constatation s'applique tant aux artistes présentant leurs œuvres en Inde qu'aux visiteurs indiens venant au Canada, c'est-à-dire que ces derniers ont surtout été invités dans les festivals de cinéma, court métrage, de vidéos et autres dont le Marché du Film de Montréal (16,800\$) (Direction des relations culturelles internationales, 2008a). L'intérêt dans la promotion du septième art canadien s'explique par l'importance du marché et de l'industrie cinématographique en Inde (Bollywood) et la portée qu'elle peut avoir au sein de la population indienne afin de mieux faire connaître le Canada. D'ailleurs, la vérification du Haut-commissariat du Canada à New Delhi en 2004 confirme cette priorité de la mission: «L'accent est actuellement mis sur le secteur du film, les liens entre journaux et l'on cherche à toucher le grand public indien plutôt que des groupes précis » (Direction de la vérification, 2004b, p. 14).

Deuxièmement, en éducation internationale, le Canada a établi des liens durables avec la communauté universitaire grâce à la présence de partenaires de longue date. En effet, l'« Indian Association for Canadian Studies » est la plus grande association universitaire d'études canadiennes au monde avec 806 membres et un réseau de 31 centres et programmes établit à travers l'Inde dans diverses institutions d'enseignement (CIEC, 2008, p. 10; Direction de la vérification, 2004b). L'association a bénéficié du Programme d'aide aux études canadiennes et continuera à l'être sous le Programme *Comprendre le Canada* grâce à des bourses Canada-Asie-Pacifique, de l'aide aux voyages-conférences, aux bourses de recherche au doctorat et à travers le réseau international de recherche (Division de l'éducation internationale et jeunesse, 2009). En termes de bourses, le MAECI distribue aux Indiens des bourses du Commonwealth (Division de l'éducation et jeunesse, 2009).

Afin de promouvoir la compréhension entre les deux pays par l'éducation, l'Institut indo-canadien Shastri est un partenaire important notamment du CIEC et de l'Association indienne des études canadiennes. Fondé il y a 41 ans par le

gouvernement indien et canadien, il visait à faire la promotion de l'enseignement et de la recherche universitaire sur l'Inde par des Canadiens. Aujourd'hui, ce mandat diffère par la promotion autant des études indiennes que canadiennes et par l'élargissement des sujets reconnus par l'Institut dont le développement durable ou encore les objectifs du millénaire.¹¹ L'Institut possède comme outil de promotion l'attribution de bourses, de subventions notamment pour les voyages de professeurs ainsi que la distribution de livres et revues (Institut indo-canadien Shastri, 2009).

Le Canada appuie le réseau des CEC qui possède en Inde deux bureaux permanents, à New Delhi ainsi qu'à Bangalore, et un bureau sur rendez-vous à Jaipur (CEC, 2009). Les CEC établissent également des foires de l'éducation en Inde et plusieurs institutions d'enseignement du Canada y ont participé. Ces efforts de commercialisation de l'éducation canadienne en Inde n'indiquent pas cependant, que le Canada est un choix de premier ordre pour les étudiants indiens si l'on prend en compte l'importance démographique et que l'on sait que de 90 000 à 120 000 Indiens étudient à l'étranger chaque année (Touhey, 2008, p. 5). En effet, en 2005, 2 826 étudiants internationaux au Canada provenaient de l'Inde (UNESCO, 2005).

Troisièmement, du côté des communications et plus particulièrement, en radiodiffusion internationale, il y a peu de références faites à l'Inde à l'intérieur des rapports annuels de Radio-Canada. On peut cependant constater que selon le plan de repositionnement approuvé par les parties – RCI, MAECI et Patrimoine Canada –, l'Inde est une population nouvellement ciblée à travers la programmation anglaise par des émissions comme « Masala Canada » et l'« Indian Canadian Report » (Entrevue avec Tétrault, 2009). Nous savons également que RCI VIVA, le service Internet qui cible les futurs et nouveaux arrivants au Canada, a accordé une attention spéciale à la réalité des immigrants indiens au Canada. Ce fait est compréhensible puisque l'Inde

¹¹ L'Institut reçoit du financement canadien de la part du MAECI et de l'ACDI puisque certains projets comportent aussi une dimension reliée au développement. Par exemple, le projet du professeur John Sinclair de l'Université du Manitoba est d'examiner la gestion des ressources de la région de l'Himalaya et d'étudier la participation de la communauté à ce développement. L'Institut a financé plusieurs voyages du chercheur canadien en terre indienne (Institut indo-canadien Shastri, 2009).

est la deuxième source d'immigration au Canada et que, selon les pronostiques, il deviendra sous peu le pays d'où provient le plus d'immigrants. Enfin, comme il a été dit plus haut, le Canada est membre affilié au *Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development* avec lequel il a participé à un projet d'envergure concernant la diversité culturelle. Comme nous l'avons spécifié plus haut, par ce projet, le Canada peut influencer les contenus et améliorer son accessibilité aux pays du sud-est asiatique dont fait partie l'Inde.

Dans cette section dédiée aux communications, il faut aussi mettre en perspective deux organisations qui ont eu un certain rôle à jouer dans l'établissement de relations avec la société civile indienne et ayant eu pour objectif, souvent de manière indirecte, de faire connaître le Canada. Comme dans le cas de la Chine, les RR ont à maintes reprises rappelé l'apport de la Fondation Asie-Pacifique du Canada et d'une autre organisation, le Forum des fédérations. Cette dernière traite de plusieurs enjeux concernant le fédéralisme et permet au Canada de faire connaître le mode de fonctionnement fédéral canadien à des experts, des fonctionnaires ou des élus de divers États. L'Inde a signé en 2005 un accord-cadre concernant son adhésion au Forum.

Comme quatrième instrument, nous nous sommes intéressés à la promotion commerciale en tant qu'outil de diplomatie publique. Comme pour la Chine, le Canada fut actif vis-à-vis de l'Inde grâce à l'emploi de missions commerciales. Dans un effort d'insuffler un renouveau à la relation Canada-Inde dans le milieu des années 1990, le Canada développa une stratégie commerciale intitulée « Focus India: Building a Canada-India Trade and Economic Strategy » qui mit la table à la mission d'Équipe Canada en Inde en 1996. Cet élan sera altéré par les essais nucléaires de l'Inde en 1998 lesquels sont formellement condamnés par le Canada et il faudra attendre 2002 pour qu'une nouvelle stratégie soit mise en place –« South Asia Trade Action Plan »– suivit d'une visite commerciale de Pierre Pettigrew la même année. Comme l'explique le MAECI: « Ce voyage [la mission commerciale] marquait une importante étape de la reprise de l'engagement du Canada avec ce pays et la première

tournée de ce type comportant une délégation du secteur privé » (MAECI, RR, 2002, p. 19).

L'année 2005 marquera un tournant dans la relation par la signature d'un document important qui utilise la promotion commerciale comme outil de diplomatie publique soit l'Accord de coopération scientifique et technique entre le Canada et l'Inde. Cet accord a permis, comme pour le cas de la Chine, de créer un réseau pour les universitaires et le secteur privé en recherche et développement et de rappeler que le Canada est un lieu de premier choix pour les investissements en technologies de pointe :

En avril 2005, une mission commerciale canadienne en Inde, dirigée par le ministre du Commerce international, a contribué à mettre les entreprises canadiennes en position favorable dans cette économie émergente clé. À Mumbai et New Delhi – deux des plus importants centres d'affaires et de R-D en Inde – cinq parlementaires et 65 représentants de 50 entreprises canadiennes et de divers ministères et organismes gouvernementaux ont établi des relations avec leurs homologues. En septembre de la même année, le Canada a été le pays partenaire du 11^e Sommet technologique et Plate-forme de la technologie tenu à New Delhi et à Bangalore, à l'invitation de l'Inde. Cent quatorze représentants des milieux universitaires, des affaires et du gouvernement – la plus importante délégation canadienne de S-T à ce jour – se sont joints à leurs homologues indiens pour dévoiler des projets de R-D conjoints et des nouveaux débouchés technologiques. En novembre 2005, le Canada et l'Inde ont signé une entente de coopération en S-T visant à renforcer les activités de coopération en matière de R-D entre les deux pays (MAECI, RR, 2006, p. 42).

Finalement en mars 2008, une nouvelle mission commerciale a été conduite en Inde pour les entreprises du divertissement et du multimédia (MAECI, RR, 2008, p. 51).

Toujours en 2005, les deux pays signaient la Déclaration commune de l'Inde et du Canada qui confirme la détermination des deux pays de dialoguer sur certains enjeux prioritaires qui sont au nombre de cinq: la sécurité régionale et le terrorisme, les sciences et technologies, l'environnement, le commerce et l'investissement bilatéral ainsi que les liens entre les populations. La volonté de renforcer les rapports entre les deux populations civiles a amené les pays à élargir l'entente entre le

gouvernement de l'Inde et l'Institut Shastri, à encourager la signature d'un accord bilatéral sur la coproduction cinématographique, télévisuelle et de films d'animation, puis à stimuler les « contacts à de multiples niveaux entre les différents segments de la société civile, tout spécialement parce qu'il existe une population importante et croissante de Canadiens d'origine indienne et parce que l'Inde est la deuxième source d'immigrants pour le Canada » (MAECI, Haut-commissariat du Canada en Inde, 2009).

D'un point de vue général, le Canada a commencé à élaborer une stratégie pangouvernementale vis-à-vis de l'Inde autour de 2005. La stratégie de « créneau » du Canada pour l'Inde visait à orienter la relation vers certains enjeux que sont la science et la technologie, l'énergie, l'environnement, l'agriculture, l'éducation et les principaux secteurs commerciaux (MAECI, RR, 2007, p. 84). Il faut aussi dire qu'en 2004, l'Inde est incluse à la liste des missions prioritaires, ce qui lui permet d'obtenir du financement du PDP.¹² En somme, le Canada a adopté une stratégie plus active envers l'Inde ces dernières années.

3.4 Conclusion

Avec la montée en puissance de certains États, le Canada a voulu se positionner face à ces derniers et un moyen d'y arriver a été d'établir une stratégie de diplomatie publique plus conséquente envers les pays émergents. Globalement, on remarque que vers le milieu de la décennie 2000, des changements s'opèrent dans les objectifs et les ressources destinées à ce type d'États. En culture, les financements se font plus importants; en éducation, les programmes (*Échanges Canada-Chine*) et les partenariats (Institut Shastri) sont améliorés; en promotion commerciale, le Canada se veut dynamique (signature de traités et visites d'Équipes Canada); puis, en

¹² On sait que le fonds du PDP a notamment financé une visite de journalistes de l'Inde au Canada (Direction de la vérification, 2005a, p. 12).

communications, RCI se tourne décidément vers les États émergents (anglais, mandarin et portugais).

Bien que le Canada ait plusieurs intérêts vis-à-vis ce type d'États, les considérations économiques ont été importantes. À cet égard, il faut souligner l'action du gouvernement dans le domaine des visites commerciales et des sciences et technologies:

Similarly, numerous government documents referred to the importance of international science and technology partnerships between Canadian firms and research institutes and their counterparts in other countries, particularly China and India. Science and technology exchanges provide one example of how international academic relations assist Canada's international business promotion efforts. (...)

The Government of Canada has pursued these types of partnerships actively in order to help create an environment conducive to relationship-building over the long term and to capitalize on the trickle-down benefit that accrues in the form of trade, investment, science and technology links, or increased numbers of foreign students in Canada. (Bouzanis, 2009, p. 184)

Examiné sous l'angle des concepts amenés par Nye, le cas des pays émergents peut faire l'objet de certaines conclusions. Tout d'abord, le cas de la Chine est intéressant, puisque comme nous l'avons mentionné, la pratique de la diplomatie publique s'effectue dans un cadre nouveau. Le lien qui, par définition, se joue entre le public et le gouvernement se fait différemment puisque l'opinion publique n'a pas « nécessairement » une emprise sur le gouvernement en place. Cependant, nous pouvons penser que la projection de la capacité de ralliement du Canada importe quand même et que la création d'une image favorable du pays au sein de l'opinion publique chinoise comptera de plus en plus avec les années dans la balance.¹³ Il faut aussi rappeler que la nouvelle diplomatie publique d'aujourd'hui ne cherche pas forcément à rejoindre par ses actions le gouvernement, mais plutôt le public lui-même (Henrikson, 2006, p. 9). C'est vraisemblablement le cas par exemple, des engagements du Canada en science et technologie auprès de la communauté des

¹³ Voir Nye sur l'importance de créer une opinion favorable dans les pays autoritaires et démocratiques (2004, p. 105).

affaires et des chercheurs, de la valorisation du secteur cinématographique canadien en Inde ou encore du concept derrière la construction du Pavillon Colombie-Britannique-Canada lors des Jeux de 2008.

Faire valoir la position du Canada, faire connaître sa culture et ses valeurs sera de plus en plus difficile dans les pays émergents puisque plusieurs États souhaitent retenir leur attention, dont la plupart des membres du G8. Le milieu est hautement compétitif. Le Canada devra se démarquer s'il souhaite être attrayant aux yeux de ces pays.

CHAPITRE IV

DIPLOMATIE PUBLIQUE ET ÉTATS EN DÉROUTE

Dans ce chapitre, nous mettrons en perspective la pratique de la diplomatie publique canadienne au sein d'États dits en déroute, qui sont représentés ici par les cas d'Haïti et de l'Afghanistan.

4.1 Le Canada envers les États en déroute

Le concept des États « défaillants », « fragiles » ou « en déroute » est apparu pour la première fois en 2005 dans les documents gouvernementaux étudiés (1998-2008). Il faut dire que dans la foulée des événements du 11 septembre 2001, un consensus s'est créé en Occident selon lequel les États fragiles représentent une menace, sinon la principale menace à la sécurité (Shamsie, 2008, p. 88). L'argument est le suivant; les États en déroute peuvent être des vecteurs ou servir de sanctuaires au terrorisme, à la criminalité organisée et autres menaces à la sécurité des pays. C'est donc dans l'ÉPI de 2005 que le ministère des Affaires étrangères allèguera pour la première fois que:

Ces États, qui ont besoin d'aide, peuvent devenir des incubateurs de menaces pour la sécurité et le bien-être du Canada. Malheureusement, ils sont trop nombreux pour que le Canada puisse beaucoup faire dans chaque cas. Nous devons donc concentrer nos efforts, au cas par cas, sur des domaines où nous savons que nous pouvons être particulièrement utiles et où nos valeurs et intérêts sont le plus en jeu (MAECI, ÉPI, 2005, p. 24).

Pour « Bâtir un monde plus sûr », le Canada fera des États en déroute une nouvelle priorité et le demeurera jusqu'à aujourd'hui selon la lecture des RR (MAECI, RR 2005; 2006; 2007; 2008). Par exemple en 2006, le Canada s'est engagé à « protéger les Canadiens des menaces émanant du terrorisme, des États défailants ou en voie de l'être, des risques posés par la prolifération des armes de destruction massive et des pandémies » (MAECI, RR, 2006, p. 20).

Ainsi, dans la pratique, le Canada s'engage dans ces pays sur plusieurs fronts: désarmement, lutte au trafic de drogues, déminage, justice, développement, etc. À partir de 2005, le gouvernement met en place divers mécanismes et mode de fonctionnement pour répondre à l'enjeu des États en déroute. Le Canada développe notamment l'approche des « 3D », soit l'existence, sur le terrain, d'une synergie entre la diplomatie, la défense et le développement (MAECI, ÉPI 2005). Cette approche se base sur le fait que la coordination de ces trois sphères concourra aux objectifs que s'est fixés le Canada dans ces pays. Il instaure aussi en 2005, le Groupe de travail sur la stabilisation et la reconstruction (GTSR) qui veille à ce qu'il y ait une intervention rapide, cohérente et coordonnée du gouvernement dans les situations de crise internationale liées à la paix et à la sécurité. Le GTSR gère le Fonds pour la paix et la sécurité mondiales qui contribue à la hauteur de 300 millions \$ par année, à « protéger les populations des États défailants ou en voie de l'être » (MAECI, RR 2005, p. 52). À titre indicatif, ce dernier a financé en 2008, 200 projets dont 96 on eu lieu en Afghanistan, au Soudan, en Haïti et dans quatre autres États fragiles (MAECI, RR, 2008, p. 26). De plus, le MAECI a employé l'approche pangouvernementale pour traiter de l'enjeu des pays fragiles.¹ Le but consiste à parler d'une voix cohérente aux États en déroute puisque plusieurs intervenants gouvernementaux sont susceptibles d'intervenir dans ce type de pays. À ce titre, le GTSR collabore notamment avec la Gendarmerie royale du Canada, le ministère de la Défense nationale, l'ACDI, le

¹ L'approche pangouvernementale s'applique à l'ensemble des relations internationales du Canada. Il appert cependant que cette approche est particulièrement pertinente dans le cas des pays en déroute d'où l'importance d'en faire ici une brève description.

ministère de la Justice du Canada et le Service correctionnel du Canada (MAECI, RR, 2007, p. 13). Selon les circonstances, les intervenants gouvernementaux seront différents comme ce fut le cas, par exemple, en Haïti pour les élections de 2006; Élections Canada avait alors fourni son expertise (Shamsie, 2008, p. 91).

Outre la position du Canada qui est très claire sur la question des États fragiles en déroute ou défaillants, il faut préciser que le concept ne fait pas l'unanimité parmi les théoriciens et les autres acteurs tels que les *think tanks* et les organisations non gouvernementales (Gallet, 2009). Pour plusieurs, le concept reste difficile à définir, les paramètres à considérer peuvent être vastes et laborieux à calculer. De plus, l'origine de cet état de fragilité, ses remèdes et l'indexation qui peut en résulter posent problèmes. D'aucuns affirment que cette indexation produit une stigmatisation de l'État (Gallet, 2009). Ainsi, l'utilisation du terme «États en déroute» par le gouvernement n'est pas sans signification et sans conséquence sur l'analyse.

Néanmoins, force est de constater que la perception du Canada envers les pays défaillants est largement dictée par des considérations sécuritaires, et ce, particulièrement depuis les événements du 11 septembre 2001. Le Canada souhaite la stabilisation et la reconstruction de ces États. Quelle sera donc la stratégie de diplomatie publique du Canada envers ces pays?

4.2 Haïti

Le Canada a instauré des relations diplomatiques avec Haïti depuis les années 1950. Comme le stipule le Rapport du Comité permanent des Affaires étrangères et du développement international intitulé *La politique internationale du Canada mise à l'épreuve en Haïti*, « de gros intérêts sont en jeu en Haïti », notamment sur la base des milliers d'immigrants haïtiens établis au pays et d'un volume important d'aide public au développement consacré à cet État (2006, p. 2). Il faut dire aussi que les défis sont grands pour les décideurs nord-américains envers Haïti: détérioration environnementale, problèmes économiques, conflits politiques et sociaux, pauvreté endémique, déficiences de la sécurité publique, émigration, plaque tournante du trafic

de drogue, etc. (Maguire, 2006). Le Canada peut cependant tabler sur plusieurs points communs d'intérêts dont la relative proximité du pays, une langue et religion commune, une participation à plusieurs organisations internationales importantes pour les deux États: la Francophonie, l'OÉA, la Banque interaméricaine de développement, l'ONU.

Historiquement, la relation Canada-Haïti a été marquée par le cheminement politique de Port-au-Prince. Ainsi, au début des années 1990, le coup d'État orchestré par le Général Raoul Cédras force le Président Aristide à l'exil et se résulte par un désengagement de la communauté internationale ainsi que du Canada envers l'île. Avec le retour d'Aristide au pouvoir en 1994-1996, grâce à l'aide américaine, les acteurs internationaux procèdent à un réengagement avec l'État, mais constatent rapidement qu'une crise politique se profile au même moment où la situation sociale se dégrade (Fatton, 2006, p. 19). Dix ans plus tard, soit en 2004, Aristide démissionne de son poste et la communauté internationale se mobilise. Le Canada s'est particulièrement réinvesti dans la stabilisation du pays en termes d'argent et de mobilisation des ressources gouvernementales dont l'apport de policiers, d'observateurs aux élections, de coopérants. Selon le Canada, Haïti est devenu un pays fragile, dont le gouvernement est incapable de mener à bien les principales tâches dévolues à un État, soit le maintien de l'ordre et de la sécurité, la protection et la promotion des droits humains, l'égalité des sexes, la règle de droit et les services essentiels (Shamsie, 2008, p. 89).² Voici ce que l'on peut lire sur le site de l'ambassade canadienne à Haïti:

Depuis le départ du président Aristide le 29 février 2004, **le Canada joue un rôle important dans les efforts internationaux visant à rétablir la sécurité et la stabilité en Haïti** ainsi qu'à contribuer à la réforme à long terme et au travail de reconstruction. Haïti est maintenant **le plus important bénéficiaire de l'aide canadienne au développement à long terme dans les Amériques,**

² Shamsie s'appuie sur la définition de l'ACDI tiré d'un document de 2005 intitulé *On the road to recovery: Breaking cycle of poverty and fragility, Guidelines for effective development in fragile states* (Tiré de Shamsie, 2008, p. 88-9).

le deuxième dans le monde entier, après l'Afghanistan [Accentuation du texte original] (Ambassade du Canada en Haïti, 2009).

Dans ce contexte, est-ce que le Canada a établi une stratégie de diplomatie publique afin d'entrer en contact avec la population haïtienne pour entre autres, lui expliquer son engagement? Quels instruments de diplomatie publique le Canada utilise-t-il?

Tout d'abord, en matière de culture, Haïti n'est clairement pas un pays ciblé par le Programme de promotion des arts. Ce choix est fort compréhensible étant donné la situation politique qui ne se prête pas l'envoi de groupes artistiques, et ce, particulièrement depuis quelques années. D'autant plus, que le Canada suggère d'éviter tout voyage non essentiel dans ce pays. Nous avons cependant recensé un groupe entre 1998 et 2008 qui a reçu le soutien du ministère – 10,000\$ – pour une tournée de célébration de la francophonie. La chanteuse Marie-Jo Thériault a ainsi fait une tournée au Salvador, au Guatemala et en Haïti en 2004-2005 (Direction des relations culturelles internationales, 2005).³

En éducation internationale, les Haïtiens ont droit à des bourses de l'OÉA, du gouvernement du Canada et de la Francophonie, et ce, du collégial aux cycles supérieurs. Les bourses attribuées à Haïti ont un objectif de développement; la Bourse du gouvernement canadien veut précisément toucher les pays en développement des Amériques et des Caraïbes (Communications avec le ministère, Brault, 2009). Cela s'applique aussi aux bourses de la francophonie, qui par nature donnent davantage de moyens (chapitre 1). À titre d'illustration, en 2005, 243 étudiants haïtiens sont venus étudier au Canada, ce qui représente 0.3% des étudiants internationaux au pays pendant cette année-là (UNESCO, 2005).

En termes de promotion commerciale, il apparaît clair qu'Haïti n'a pas été une priorité du gouvernement entre 1998 et 2008. En 2007, cependant, le Canada a mis

³ De manière très indirecte, nous pourrions aussi faire référence à la subvention faite à l'Organisation des États américains en 2000-2001 pour leur volet culturel ayant trait au Canada (350,000\$) (Direction des relations culturelles internationales, 2001).

sur pied une visite de nature commerciale en Haïti visant le domaine des infrastructures:

Afin de tenter de stimuler le commerce avec Haïti, la première et la plus importante mission commerciale canadienne en Haïti depuis 1996 a ouvert la voie à des entreprises et à des investissements canadiens dans le secteur de l'infrastructure. Le rôle de chef de file du Ministère dans ce marché a eu comme incidence directe que le Canada jouit désormais d'une position idéale pour profiter de possibilités d'affaires à long terme en Haïti (MAECI, RR, 2007, p. 131).

Cette mission commerciale ne semble pour le moment que circonstancielle puisque le Canada ne possède aucun délégué commercial canadien sur place et qu'Haïti n'entretient que peu de liens commerciaux avec le Canada. De fait, Haïti est classé 87^e sur la liste des 90 pays dont les marchés sont à prioriser pour le Canada (Direction de la vérification, 2008, p. 16).

En ce qui a trait aux communications, Haïti peut recevoir la programmation en français de RCI par ondes courtes.⁴ Il a été impossible de savoir quelle est l'ampleur de l'audience, mais il est apparu évident qu'Haïti n'est pas une cible du radiodiffuseur canadien. En langue française, RCI vise davantage l'Afrique subsaharienne, l'Afrique maghrébine et l'Europe (Entrevue avec Tétrault, 2009). On peut également noter l'apport de Radio-Canada aux médias haïtiens à travers l'Institut canadien de formation en radiodiffusion qui favorise la formation de journalistes et apporte de l'aide en radiodiffusion. L'Institut a particulièrement été actif lors de l'élection de 2006 qui s'est associé pour ce mandat à l'ONG Alternatives et au Réseau Liberté. L'objectif consistait à former des journalistes haïtiens qui pourraient couvrir les élections et s'insérer dans un engagement à la transition démocratique du pays (Radio-Canada/CBC, 2006, p. 39).⁵

Un autre outil de communication qui s'est révélé être intéressant pour le Canada est l'emploi de la diaspora haïtienne au pays et de manière plus générale, celle

⁴ RCI a déjà diffusé en créole dans les années 1990, mais a cessé la diffusion dans cette langue en 1996.

⁵ L'Institut a cessé toute activité en automne 2008.

qui est dispersée à travers le monde afin qu'elle supporte le gouvernement canadien dans son engagement envers Haïti et le plan de développement dévoilé dans le Cadre de coopération intérimaire (2004-2007). La Conférence de Montréal en 2004 qui réunissait des membres du gouvernement et de la diaspora haïtienne du Canada, de la France et des États-Unis, a permis d'étudier le rôle que pouvait jouer cette dernière dans le développement d'Haïti.⁶ Voici une des recommandations de la Conférence et qui vise la promotion de l'image de la diaspora en Haïti:

Ce domaine d'intervention [promouvoir l'image de la diaspora en Haïti] concerne principalement le gouvernement haïtien, mais la mission du Canada à Port-au-Prince pourrait certainement aider en ce domaine en parrainant un forum sur le rôle de la Diaspora ou en utilisant la diplomatie publique pour faire connaître les contributions de la Diaspora en Haïti. Elle pourrait aussi chercher des occasions de faire venir en Haïti des membres de cette Diaspora pour qu'ils participent à des consultations, à des conférences et à des manifestations culturelles apolitiques et non politisées (Fondation canadienne pour les Amériques, 2004, p. 8).

Bien qu'il faille convenir de l'état embryonnaire des partenariats de la diaspora avec le gouvernement du Canada en ce qui a trait à l'objectif de reconstruction d'Haïti, il nous a semblé important de mentionner l'existence de cette possibilité. D'un point de vue plus conceptuel, l'implication de la diaspora serait un outil de diplomatie publique indirect qui permettrait de promouvoir l'objectif du Canada qui est la stabilisation d'Haïti. Le fait que la diaspora maintienne un dialogue avec le public haïtien pourrait apporter plus de crédibilité à l'engagement du Canada en Haïti, ce qui représente un des buts ultimes de la diplomatie publique d'aujourd'hui.

⁶ La diaspora et le secteur privé – entreprises, individus – possèdent un poids énorme dans les objectifs de développement d'un pays. Carlo Dade estime qu'en 2002 les envois de fonds (remittances) ont été six fois plus élevés que l'aide publique globale au développement: « In short, the Diaspora have been sending four to six times more money to Haiti than has the governments of the US, France, Canada, and the Inter-American Development Bank, the World bank, the European Union, and the UN combined » (Dade, 2006, p. 90).

De manière plus précise, le rapport de vérification de l'Ambassade du Canada en Haïti révèle que celle-ci a instauré une stratégie de pays⁷ en 2006 et de laquelle il a été établi une tactique de diplomatie publique:

Un plan de diplomatie ouverte existe, appuyé par un budget d'environ \$100 000 dont plus de la moitié provient de commanditaires du secteur privé haïtien et du ministère de la Culture. Le reste étant couvert par notre Fonds d'initiatives de la mission. Une programmation de dix activités à Port-au-Prince et en province a permis de mettre à exécution notre stratégie. Des milliers de personnes ont été touchées par nos activités de diplomatie ouverte qui ont aussi été couvertes par les médias. Nos activités ont été axées sur la culture, le dialogue et la communication (concours de chansons ayant pour thème l'intégration des personnes handicapées, festivals de Jazz et de films canadiens, concours de dessins d'enfants de Cité Soleil et publication d'un ouvrage, etc.). Nos activités sont le fruit d'un dialogue constant avec des organisations de la société civile et organisées en étroite collaboration avec celles-ci (Direction de la vérification, 2008, p. 14).

Force est de constater que peu d'activités ont été mises sur pied entre 1998 et 2008 au niveau des communications avec la population haïtienne. De fait, on s'accorde pour dire que la sécurité s'avère un obstacle déterminant à l'établissement d'un dialogue soutenu et que par conséquent, l'Ambassade devait et doit se tourner vers d'autres acteurs susceptibles de remplir ce rôle:

Le Programme [de relations publiques], et la mission dans son ensemble, entretient de bonnes relations de travail avec les organismes internationaux et d'autres missions à Port-au-Prince. Des réunions officielles avec ces organisations sont complétées par des communications à caractère plus privé avec des officiers de l'armée, des policiers et des représentants de la société civile à l'échelle locale. Toutefois, il peut être difficile d'établir une relation avec la population haïtienne en raison de l'absence de sécurité. Pour compenser, la mission travaille avec des intermédiaires, des ONG (organisations non gouvernementales) et des institutions internationales en s'appuyant sur des enquêtes sur le terrain (Direction de la vérification, 2008, p. 13).

On peut donc comprendre qu'un certain rôle est attribué aux organisations internationales, non gouvernementales et autres afin qu'ils prennent le pouls de la

⁷ Voir la section 1.1.3 des dates charnières pour des explications concernant les stratégies par pays.

population haïtienne. Néanmoins, très peu d'information existe sur la manière dont le gouvernement perçoit les ONG canadiennes en tant qu'intermédiaires de diplomatie publique, c'est-à-dire des organisations qui entrent en contact avec le public et qui ultimement participent à mieux faire connaître le Canada et ses intérêts. Alors que certains auteurs (Lennon, 2003) et quelques pays considèrent leur aide publique au développement comme un instrument de diplomatie publique (tableau 1.1), il n'est pas certain que le Canada attribue explicitement ce rôle aux organisations présentes sur le terrain. Cependant, la Direction de la vérification (2008, p. 1) a recommandé que dès que la situation à Haïti le permettra, les relations publiques de l'Ambassade devraient reprendre leurs activités de diplomatie publique, particulièrement auprès des organisations locales en culture, en éducation et en communication.

4.3 Afghanistan

Le cas de l'Afghanistan s'inscrit particulièrement dans la lutte contre le terrorisme née au lendemain des événements du 11 septembre 2001. En effet, un des objectifs de l'intervention de la communauté internationale et du Canada dans ce pays consiste à contrer la menace terroriste afin d'éviter que l'Afghanistan ne redevienne un refuge pour ceux-ci (Groupe d'experts indépendant sur le rôle futur du Canada en Afghanistan, 2008, p. 22-3). Le Groupe d'experts s'accorde également pour dire que le Canada doit faire la promotion et la protection de la sécurité humaine dans les États fragiles (2008, p. 22).

Dans ce contexte, aucune référence à ce pays n'existe avant 2001-2002 au sein des publications gouvernementales. En effet, le Canada a repris ces relations avec l'Afghanistan en 2002 et a ouvert une ambassade en 2003, ce qui diminue notre période d'étude entre 2003 et 2008 puisqu'aucune activité de diplomatie publique ne pouvait avoir lieu sans l'établissement de contacts diplomatiques entre les deux pays (Bibliothèque du Parlement, 2008).

Comme pour Haïti, les relations culturelles n'ont pas été une priorité entre les deux États, ce qui est fort compréhensible. Aucune activité n'a été subventionnée par

le PPA. Même aperçu du côté de l'éducation internationale; il n'y a présentement aucune bourse offerte aux étudiants afghans (Communications avec le ministère, Brault, 2009). Ces derniers sont d'ailleurs peu nombreux à venir étudier au Canada, car selon les chiffres de l'UNESCO, 21 étudiants sont venus au pays en 2005 (UNESCO, 2008). En ce qui trait à la diffusion internationale, la programmation destinée à l'Inde est probablement captée par la population afghane, mais l'écoute est vraisemblablement marginale étant donné qu'elle est en langue étrangère. Selon M. Tétrault, une étude de faisabilité sur l'établissement d'une programmation pour l'Afghanistan avait été envisagée, mais un projet de la Défense a été préféré (2009). Enfin, selon toute évidence, il n'y a pas de promotions commerciales canadiennes qui visent la population en Afghanistan.

Face à ce constat, quels autres instruments sont à la portée du Canada pour entrer en contact avec les Afghans? Nous avons soulevé la possibilité que le Canada pratique la diplomatie publique dite indirecte et de coopération, soit par l'entremise d'autres acteurs sur le terrain. Autrement dit, est-ce que des organisations internationales ou non gouvernementales effectuent des activités de diplomatie publique au nom du Canada?

Tout d'abord, il faut spécifier que l'Organisation du Traité de l'Atlantique nord (OTAN), active en Afghanistan, possède son propre département de diplomatie publique, mais les activités qu'il mène sont plutôt destinées aux pays membres comme en fait foi l'article de Babst sur le sujet (2008). Sur le terrain, cependant, l'OTAN utilise un autre terme pour qualifier ses contacts avec les civils afghans, soit les opérations psychologiques militaires (« psyops »). La coalition peut donc utiliser la radio, la télévision et le journal de la paix (« peace radio, peace tv, peace paper ») ou autres techniques (distribution de brochures, visionnement de DVD portatifs) pour faire passer les messages clés. Avec 40% d'alphabétisation en milieu urbain et de 15 à 20% en région rurale, la radio est de loin le moyen le plus populaire pour entrer en

contact avec les Afghans. Les journaux, eux, constituent l'occasion de rejoindre les élites du pays qui privilégient ce moyen d'information (Pigott, 2007, p. 147).⁸

Quant à la Défense nationale, elle possède trois équipes d'opérations psychologiques qui travaillent notamment en partenariat avec les médias de Kandahar, achète des publicités dans ces derniers et radiodiffuse sur sa propre station de radio (RANA-FM) en langue pachtou (Presse canadienne, 2008). Ces équipes accompagnent également les troupes sur le terrain pour esquisser un portrait d'affiliation (Presse canadienne, 2008). Ils établissent donc des liens de personne à personne.

Outre les opérations psychologiques militaires, les Forces canadiennes possèdent aussi un détachement responsable de la coopération entre les civils et les militaires à l'intérieur de l'Équipe de reconstruction provinciale. Ce détachement a pour tâche l'établissement de liens de personne à personne entre les acteurs civils eux-mêmes, la coordination du support civil aux forces armées et vice versa. Ces acteurs civils proviennent de différents milieux pour demander assistance ou pour coopérer. Malgré que les ONG soient présentes sur le terrain, les forces armées selon le Capitaine Petrilli, sont souvent les seules à pouvoir se déplacer librement. Par conséquent, les militaires se retrouvent la plupart du temps les interlocuteurs principaux des Afghans, particulièrement en zone dangereuse (Pigott, 2007, p. 126-7). En outre, en ce qui a trait aux représentants politiques canadiens situés à l'Ambassade, peu d'information existe ou nous a été transmise sur le rôle joué par ces derniers pour établir des liens avec les Afghans. Bref, d'après les informations disponibles, la Défense semble occuper un rôle déterminant dans la constitution de liens, de dialogue avec la population.

Cette constatation et le fait qu'aucun autre instrument de diplomatie publique traditionnelle ne soit mis en place, à tout le moins l'existence d'une communication

⁸ Le capitaine Petrilli du Détachement de la coopération civilo-militaire au sein de l'Équipe de reconstruction provinciale livre ses impressions sur son travail dans le livre *Canada in Afghanistan: the War so Far* (Pigott, 2007).

qui ne soit pas associée au militaire, soulèvent la question à savoir si les activités précédemment mentionnées sont bel et bien de la diplomatie publique. Autrement dit, est-ce que les opérations psychologiques militaires de l'OTAN ou de l'armée canadienne ainsi que les centres de coopérations civilo-militaires sont des instruments de diplomatie publique? Cette question relève davantage d'un problème de définition qui sera examiné dans la conclusion qui suit.

4.4 Conclusion

Les cas de l'Afghanistan et d'Haïti démontrent que les stratégies de diplomatie publique canadiennes diffèrent sur plusieurs points, bien que ce soit deux pays fragiles ou en déroute et désignés comme tels par le Canada. Par exemple, dans l'emploi de ses instruments de diplomatie publique, le Canada bénéficie en Haïti d'une langue commune et de l'établissement de liens rapprochés entre les sociétés. On a qu'à penser à l'aide du secteur privé et probablement de la diaspora aux activités de diplomatie publique planifiées à l'intérieur du pays ou encore aux mesures facilitatrices aux études postsecondaires au Canada dont les Bourses de la francophonie. Ainsi, les principales différences dans l'utilisation des instruments semblent résulter en grande partie du fait que l'Afghanistan représente depuis peu une priorité pour le Canada et encore plus si on le compare à Haïti.

Toutefois, on peut noter aussi des ressemblances entre les deux cas qui découlent de la nature même de l'environnement d'insécurité dans lequel le Canada doit pratiquer la diplomatie publique. Le facteur sécuritaire implique que le MAECI se doit de coopérer avec d'autres acteurs pour avoir accès au public étranger visé. Que ce soit au niveau des organisations internationales (OTAN, ONU), des ONG, de la diaspora ou autres, le Canada participe avec d'autres à faire passer certains messages précis à travers la diplomatie publique en Afghanistan et en Haïti.⁹ Comme le mentionnait Evan Potter, « it does not make sense for donor countries in a failed state

⁹ Pour plus d'information sur la diplomatie de coopération voir Leonard, Stead et Swewing (2002) ainsi que Nye (2004, p. 117).

to engage in competitive public diplomacy, since this suggests a duplication of efforts and contradictory messages » (Potter, 2009, p. 263). Cela s'applique aussi à Haïti, car nonobstant que le Canada soit un des principaux acteurs sur le terrain, d'autres pays et organisations s'impliquent pour la reconstruction et la stabilisation dont le Brésil et l'ONU par la Mission des Nations Unies pour la stabilisation en Haïti (MINUSTAH) qui possèdent eux aussi leurs outils de communication (ex. Radio MINUSTAH).¹⁰

Parallèlement, on ne peut que constater que la diplomatie publique n'est plus uniquement l'apanage des Affaires étrangères, d'où la question du rôle des militaires en communication de masse dans les pays en déroute. Alors que l'on peut observer dans la pratique le désir des acteurs d'établir une division nette et précise entre la diplomatie publique et les opérations psychologiques militaires qui découle d'une séparation des sphères d'action entre le MAECI et la Défense nationale, il est plus difficile dans la théorie et dans les résultats d'établir de telles distinctions. De fait, lorsque nous avons interrogé un membre de la Défense nationale au Directeurat des opérations psychologiques, les manœuvres psychologiques militaires d'information et la diplomatie publique représentaient deux sphères d'activité différentes, malgré que nous ayons convenu de la similarité des instruments, dont la radiodiffusion, la publicité, le contact de personne à personne (Communications avec le Cpt Gauthier, 2009). Du côté du MAECI, l'étude des RR révèle aussi qu'une distinction est appliquée. En effet, les références faites à Haïti et à l'Afghanistan ou encore aux pays en déroute au sein des sections consacrées à la diplomatie publique exposent l'implication du Canada à entretenir l'intérêt de la communauté internationale – G8, OTAN, États-Unis, UE, pays émergents – envers ce type de pays (MAECI, RR 2002-2008).¹¹

¹⁰ Les missions de paix ont aussi des équipes d'opération psychologique militaire (Lehmann, 1998).

¹¹ Voici ce que l'on peut lire sur l'emploi de la diplomatie publique afin de nourrir cet intérêt: « Le Canada devait aussi mettre l'accent sur l'Afghanistan dans ses rapports diplomatiques avec la communauté internationale afin de renforcer son leadership sur la question. Les ambassadeurs et les hauts commissaires canadiens en poste à Washington, à Tokyo, à Delhi, à Berlin et à Londres ont donc reçu instruction de mettre l'Afghanistan au cœur de leurs relations diplomatiques avec leurs homologues étrangers. Par exemple, les ambassades du Canada à l'étranger, qui se limitaient

Or, les séparations existant entre diplomatie publique et opérations psychologiques militaires ainsi qu'entre les ministères des Affaires étrangères et de la Défense n'ont pas nécessairement lieu d'être ou du moins devraient être repensées (Steven, 2008; Kilbane, 2009). Daryl Copeland, ancien ambassadeur canadien, abonde en ce sens:

Communication in its hard and soft forms is [now] seen as a strategic asset that may determine the outcome of conflicts... The recognition that information is fungible...raises fundamental questions about the use of power in contemporary conflicts and the respective roles of defence ministries and foreign ministries, and, within foreign ministries, about the role of the political office in the field...The traditional division of labour between the military and the foreign ministry in managing the information space must now be rethought in an era in which most conflicts stem from cultural, religious and ethnic differences (cité dans Steven, 2008).

Au niveau conceptuel, la question de ces divisions souligne également que la distinction entre les opérations d'information stratégiques et la diplomatie publique comporte des zones grises. Pour Potter, dont l'analyse s'inscrit dans le cadre du «soft power», il faut comprendre qu'au niveau de la définition rien n'empêche un tel rapprochement:

There is, in fact, nothing in the generic description of public diplomacy that would exclude information campaigns or psychological operations directed by one country at the general population of another before, during, and/or after a military conflict, except that propaganda notoriously represents a one-way flow of information that is often characterized by inaccuracy and bias (Potter, 2009, p. 60).

Ainsi, la question des opérations militaires psychologiques en regard à la diplomatie publique est liée à la notion de degré. En effet, Nye explique que le « soft » et le

essentiellement auparavant à promouvoir la culture canadienne, on été chargées d'organiser des conférences, des groupes d'études et des tables rondes portant sur la mission en Afghanistan » (Bibliothèque du Parlement, 2008, p. 4). La même approche fut préconisée pour Haïti, ici pour l'UE : « Le Canada a utilisé des moyens très variés, notamment des visites de haut niveau, des discours, des colloques et des articles dans les forums de discussions des journaux de premier plan pour exhorter les alliés européens à appuyer la stabilité politique et économique dans les États fragiles ou en déroute, notamment au Liban, en Haïti et au Soudan » (MAECI, RR 2007, p. 79-80).

«hard power» se situent sur un spectre de comportements, dont les extrémités sont respectivement les deux pouvoirs susmentionnés (2004, p. 8). De fait, rien n'exclut que certaines actions dites stratégiques comme la radiodiffusion de contenu véridique par la Défense nationale, ne soit pas aussi de la diplomatie publique dont l'objectif est d'entretenir des liens avec la population afghane ou haïtienne et ultimement de tourner à l'avantage du Canada les politiques et les opinions du pays ciblé. En somme, la diplomatie publique cesse d'être un instrument du « soft power » lorsque l'influence s'installe, lorsque la capacité de rallier laisse la place au pouvoir de commande.

CONCLUSION

Dans le cadre de ce mémoire, nous avons émis l'hypothèse selon laquelle la stratégie de diplomatie publique au niveau des instruments allait dépendre du degré de développement socio-économique des États ciblés. Il a été de mise dans un premier temps, d'identifier ces instruments (chapitre 1), puis dans un deuxième temps, d'examiner leur application face à deux États développés (chapitre 2), émergents (chapitre 3) et en déroute (chapitre 4).

Notre argumentaire était basée sur le fait qu'étant donné qu'il y avait une différence sur le plan des objectifs du gouvernement – *ce que veut le Canada* –, il y aurait une application différente des instruments et donc une stratégie distincte dans chacun des trois cas. Aussi, nous avons voulu examiner si une certaine structure ressortait de l'application de la diplomatie publique dans les divers pays. Nous nous sommes interrogés sur la prédisposition de certains types de pays à être le théâtre d'action d'une diplomatie publique de coopération, de compétition, directe ou indirecte, à court, moyen ou long terme.

Le tableau 6.1 résume les données par type d'États et selon chaque instrument. Ce tableau, ainsi que les chapitres précédents, révèlent qu'en ce qui a trait aux relations culturelles internationales, plus l'État est développé, plus il reçoit des artistes présentant leurs œuvres ou est invité au Canada pour des événements culturels.

Tableau 6.1
La stratégie de diplomatie publique canadienne envers les États développés,
émergents et en déroute

	États développés	États émergents	États en déroute
Objectif gouvernemental	Être un allié et un partenaire fiable	Se positionner face à ces acteurs	Assurer la sécurité du Canada
Relations culturelles internationales	70% du financement global du PPA	Partage avec d'autres États ≤ 30% du financement du PPA	Peu ou pas de financement du PPA
Éducation internationale	←80% du financement aux études can.→ Bourses	Bourses CEC	Peu ou pas de financement Bourses (Haïti seulement)
Communications	Pas ciblés par RCI Télédiffusion (TV5)	Cibles de RCI	Pas ciblés par RCI Opérations psy. militaires
Promotion commerciale internationale	Science et technologie Prog. image de marque Tournées commerciales	Science et technologie Équipe Canada Prog. image de marque Tournées commerciales	Peu ou pas de financement
Type de diplomatie publique	←Diplomatie publique de compétition→ ←Diplomatie publique indirecte→ ←Long terme→		Dipl. publ. de coopération Dipl. pub. directe Court terme

L'utilisation de la culture afin d'entrer en contact avec les populations des pays développés aura probablement plus d'impact que dans les pays émergents où il n'est pas certain qu'une telle manœuvre aura une répercussion sur les instances politiques, notamment chinoises. Les manifestations culturelles telles que *France-Canada 2004-2008* créent un environnement propice à croire que le Canada est un pays dynamique, moderne et auquel on peut penser quant vient le temps d'investir, d'immigrer, d'étudier, et ultimement un allié et partenaire fiable en relations internationales auprès

des dirigeants. Les États émergents ne sont cependant pas laissés pour compte; les ressources financières en culture se sont alignées sur les priorités du Canada avec les années.

En éducation internationale, les États développés et émergents récoltent 80% du financement aux études canadiennes à l'étranger. Ils bénéficient également de bonnes bourses attribuées par le ministère et les organismes chargés de la mise en œuvre des programmes en éducation. L'éducation internationale est un instrument intéressant pour le Canada afin de se positionner par rapport aux États émergents puisque le public cible, en l'occurrence, les universitaires de haut niveau sont appelés à jouer un rôle important dans ces sociétés en croissance. Le contexte international se prête bien aux efforts du Canada dans ces pays comparés à la France ou au Royaume-Uni:

Arguably, Canadian Studies will have the least impact – relative to the other levers of Canada's public diplomacy – on societies with which Canada already has deep historical, cultural, and political ties, such as the United States, the United Kingdom, France, and many countries in Western Europe. In such media-saturated societies, where fierce competition for nation brands exists, Canada would be perceived as "familiar", and thus highly likely to be overlooked. As a result, increasing Canada's profile through Canadian Studies requires significantly more effort and investment. Given scarce resources and demands for measurable results, a Canadian Studies program could therefore, have more impact in a middle-tier or emerging country such as Mexico or India, as it does in Brazil (Potter, 2009, p. 134-5).

Quant à Haïti qui reçoit des bourses du gouvernement, de la Francophonie et de l'OÉA, l'objectif semble être l'apport au développement socio-économique que ces bourses peuvent avoir bien qu'elles contribueront à établir des liens avec l'élite de la société. Ces bourses visent donc à aider les étudiants de professions qui auront un effet de levier sur le développement du pays (ex. un infirmier) et non ceux qui auront un «impact» sur la relation canado-haïtienne comme pourrait le faire un canadianiste.

En termes de promotion commerciale internationale, le Canada a clairement ciblé les États émergents, ce qui participe tout à fait à l'objectif du MAECI qui vise à

se positionner notamment sur les marchés en croissance (chapitre 3). Dans son intérêt, le Canada a tout de même maintenu une présence sur les marchés développés avec ses activités de diplomatie publique, lui permettant ainsi de contribuer à l'image d'un partenaire économique fiable.

Finalement, en radiodiffusion internationale, il est apparu moins pertinent pour RCI de radiodiffuser dans les pays développés que pour les puissances émergentes qui sont clairement une cible. Le travail de RCI avec ses partenaires à l'intérieur des États émergents a permis au Canada de mieux se positionner face à ces acteurs. Pour les États en déroute, nous aurions pu penser que des ressources leur auraient été affectées puisque la radio est un média important dans ces pays. Cependant, si l'on considère les opérations psychologiques militaires – qui s'écartent du spectre de comportements relié au « hard power » – comme une forme de diplomatie publique, ce qui n'a pas été exclu au chapitre 4, elles représentent un instrument de communication déterminant dans l'avancement des objectifs canadiens, soit la stabilité des États en déroute pour assurer la sécurité des Canadiens. Néanmoins, des questions peuvent se poser quant à l'efficacité des militaires à faire passer les messages clés auprès des publics des pays en déroute, alors que l'on sait que la crédibilité du message et de surcroît, du messenger sont primordiaux.

Le tableau 6.1 décrit également quelques caractéristiques de la diplomatie publique brièvement expliquées dans la section théorique. Ainsi, on remarque que le Canada est généralement en compétition avec d'autres États lorsqu'il s'agit d'entrer en contact avec les publics étrangers dans les États développés et émergents, ce qui ne se révèle pas le cas dans les pays en déroute où on dénote généralement une diplomatie publique de coopération. Dans les pays développés et en émergence, il est aussi possible de constater que le Canada utilise davantage une diplomatie publique dite indirecte, c'est-à-dire par l'utilisation d'intermédiaires pour entrer en relation avec le public étranger: artistes, CEC, CIEC, associations, RCI, entreprises, universités, Fondation Asie-Pacifique, Forum des fédérations, etc. Parallèlement, la diplomatie publique canadienne dans les pays en déroute apparaît plus directe; il y a peu

d'intermédiaires non étatiques entre le gouvernement et le public cible. Cette constatation ne signifie pas pour autant une absence de l'une ou l'autre forme de diplomatie publique dans les cas étudiés, mais on peut dénoter une orientation vers des actions plus directes. En somme, les actions de diplomatie publique dans les États émergents et développés sont tournées vers le long terme – aussi la troisième dimension selon Nye – puisqu'elles sont destinées à établir des relations durables avec des individus clés du pays ciblé, alors que le Canada semble plus axé sur le court et le moyen terme dans les États en déroute.¹

Globalement, dans le cas du Canada, il semble plus évident d'accentuer la capacité de ralliement par la diplomatie publique vis-à-vis des États développés et émergents qu'auprès des pays en déroute où d'autres formes de pouvoir sont à l'œuvre (puissance économique, puissance militaire). En effet, il a été permis de constater que la ligne est définitivement très mince entre les instruments de « hard power » et de « soft power » à l'intérieur des États en déroute. Théoriquement, il devient alors intéressant de considérer le « smart power » qui s'applique à mieux comprendre l'interaction entre le « hard power » et le « soft power ». Cette notion apparaît particulièrement pertinente dans les pays en déroute et plus globalement, dans un monde où les enjeux sécuritaires, économiques et politiques sont de plus en plus interdépendants les uns des autres.

Cette étude a permis de démontrer que certaines tendances se dessinent lorsque l'on étudie les stratégies de diplomatie publique du Canada envers les États développés, émergents et en déroute. Cette relation est cependant loin d'être causale puisque plusieurs différences entre les pays de même type impliquent la présence d'autres variables susceptibles d'avoir une influence sur la stratégie canadienne. On peut penser entre autres à l'importance du pays ciblé (Inde vs Chine), l'historique de la relation avec l'État (Afghanistan vs Haïti), à la priorité accordée aux instruments (relations culturelles vs promotions commerciales) ou tout simplement à la diplomatie

¹ L'étude d'instruments de diplomatie publique comme les relations de personnes à personne, par exemple avec les médias, auraient peut-être révélée quelques nuances quant à cette stratégie.

publique (libéraux vs conservateurs). De plus, il faut rappeler, comme il a été dit dans l'introduction, que le choix d'une autre catégorisation aurait probablement produit d'autres résultats. Cet échantillon des types d'État et des pays ciblés ont eu une influence certaine sur les conclusions auxquelles nous avons abouti. Aussi, précisons que le choix des instruments, d'après l'analyse des documents gouvernementaux, peut également avoir une incidence sur les résultats présentés. Selon les publications officielles, l'aide publique au développement ne constituait pas un instrument de diplomatie publique, mais il est possible que dans la pratique, des zones floues existent, particulièrement pour les États dits en déroute. On peut spéculer que si l'aide publique au développement était reconnue comme un instrument, cette étude serait parvenue à un constat plus nuancé en faveur des États en déroute qu'elle ne l'est présentement.

Cette étude a également permis de souligner plusieurs points théoriques importants. Premièrement, ce mémoire a examiné certains défis affectant la projection de la capacité de ralliement d'un État, c'est-à-dire un contexte international changeant notamment en termes d'acteurs, de technologies, de processus de mondialisation, d'enjeux et la capacité ainsi que la volonté du Canada de répondre à ceux-ci. Autrement dit, est-ce que le Canada utilise les instruments dédiés au maniement de la capacité de ralliement dans un monde où la notion de puissance est changeante comme le décrit Nye?

Deuxièmement, cette étude a tenté de préciser, grâce à un cas pratique, quel pouvait être les limites et les succès du maniement de la capacité de ralliement. Théoriquement, ces limites sont connues et ont été énoncées dans le chapitre 1; l'absence de contrôle de l'État des sources de « soft power », effets diffus ou nul des instruments, non réceptivité de l'auditoire. C'est sans compter les limites liées à la pratique de la diplomatie publique; invisibilité des pays de puissance moyenne, questions de crédibilité, perception des actions du gouvernement par rapport à d'autres concepts tels que la propagande ou le « nation-branding », etc. Bien qu'il ne soit pas aisé de conclure sur le succès ou l'insuccès des actions du Canada, les

analyses de cas ont démontré d'une part, que ces limites étaient bien réelles dans chaque pays. Par exemple, le Canada fait davantage face au problème d'invisibilité dans les pays développés et émergents que dans les pays en déroute où il doit considérer, cependant, la crédibilité de son message et le degré de réceptivité de l'auditoire. D'autre part, analyser les succès de la projection de la puissance d'attraction est essentiel pour mieux savoir tirer parti des atouts disponibles. C'est le cas, entre autres, de RCI et de son action au sein des pays émergents mais pour qui, le financement et l'existence même représentent des combats de tous les instants.

Troisièmement, il a été possible d'identifier de manière extensive les instruments de « soft power » en diplomatie publique utilisés par le Canada, exercice qui n'avait pas été fait avant Potter (2009). Par-dessus tout, l'analyse des instruments a rendu compte des différences entre les trois types d'États ayant des développements socio-économiques divers dans la projection de la capacité de ralliement d'un pays, ce qui n'avait pas été examiné en profondeur ni dans la documentation, ni chez Nye. Les résultats ont montré qu'il y a des distinctions à faire lorsque l'on s'adresse à des États développés, émergents et en déroute. Nonobstant le fait que l'environnement, le public cible, les technologies et les buts gouvernementaux sont différents, l'objectif fondamental reste le même; promouvoir les intérêts du Canada par sa capacité de ralliement. Si cet objectif paraît clair et appuyé par la diplomatie canadienne dans les pays développés et émergents depuis longtemps, cela semble, à notre avis, moins certain dans les pays en déroute où comme il a été dit plus haut, d'autres formes de puissances dominant (voir le tableau 2.1).

Notre étude était basée sur l'analyse d'une décennie de pratique canadienne de diplomatie publique, mais nous avons souligné dans le chapitre un qu'elle pouvait avoir été un instrument de la politique étrangère bien avant 1998. À notre avis, il reste beaucoup à découvrir tant sur les pratiques canadiennes du passé que sur celles qui se feront à l'avenir dans un monde en mondialisation, constamment en quête de nouvelles technologies en communication et en information et où l'on peut observer une résurgence de la pratique de la diplomatie publique ainsi qu'une prise de

conscience quasi globale sur la nécessité de projeter une capacité de ralliement. Avec la présence grandissante d'enjeux modernes- changements climatiques, problèmes technologiques (ex. cyberterrorisme), pandémies, questions alimentaires, épuisement des ressources, sources d'énergie, terrorisme, armes de destructions massives qui requièrent de plus en plus la participation, la mobilisation et l'opinion favorable des publics étrangers, la diplomatie publique pourrait être un instrument apte à répondre à ces changements. Il pourrait dès lors, être intéressant d'analyser la capacité de ralliement d'un État par la diplomatie publique selon le type d'enjeu auquel il a à faire face.

BIBLIOGRAPHIE

Documents gouvernementaux; Rapports et Énoncés de politique

Canada, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. 1995. *Le Canada dans le monde : énoncé du gouvernement*. Ottawa: ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 57 p.

_____. 2005. *Énoncé de politique internationale du Canada : fierté et influence, notre rôle dans le monde. Diplomatie*. Ottawa : ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 2005, 38 p.

_____. 1998. *Rapport ministériel sur le rendement 1997-1998*. Ottawa: MAECI, 67 p.

_____. 1999. *Rapport ministériel sur le rendement 1998-1999*. Ottawa: MAECI, 83 p.

_____. 2000. *Rapport ministériel sur le rendement 1999-2000*. Ottawa: MAECI, 84 p.

_____. 2001. *Rapport ministériel sur le rendement 2000-2001*. Ottawa: MAECI, 110 p.

_____. 2002. *Rapport ministériel sur le rendement 2001-2002*. Ottawa: MAECI, 142 p.

_____. 2003. *Rapport ministériel sur le rendement 2002-2003*. Ottawa: MAECI, 131 p.

Canada, ministère des Affaires étrangères. 2004a. *Rapport ministériel sur le rendement 2003-2004*. En ligne. http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/03-04/FAC-AEC/FAC-AECd34_f.asp. Page consultée le 4 avril 2009.

Canada, ministère du Commerce international. 2004b. *Rapport ministériel sur le rendement 2003-2004*. En ligne. http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/03-04/IT-CI/IT-CId34_f.asp. Page consultée le 4 avril 2009.

Canada, ministère des Affaires étrangères. 2005a. *Rapport ministériel sur le rendement 2004-2005*. Ottawa: MAE, 169 p.

Canada, ministère du Commerce international. 2005b. *Rapport ministériel sur le rendement 2004-2005*. Ottawa: CI, 85 p.

Canada, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. 2006. *Rapport ministériel sur le rendement 2005-2006*. Ottawa: MAECI, 226 p.

_____. 2007. *Rapport ministériel sur le rendement 2006-2007*. Ottawa: MAECI, 209 p.

_____. 2008. *Rapport ministériel sur le rendement 2007-2008*. Ottawa: MAECI, 80 p.

Documents gouvernementaux; Direction de la vérification

Canada, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Direction de la vérification. 2001. *Vérification des contributions et subventions de la Direction de la promotion des arts et des industries culturelles (ACA)*. Ottawa: MAECI, 30 p.

_____. 2003. *Vérification de l'Ambassade du Canada; Beijing*. Ottawa: MAECI, 51 p.

_____. 2004a. *Vérification de l'Ambassade du Canada; Paris*. Ottawa: MAECI, 44 p.

_____. 2004b. *Vérification du Haut-commissariat à New Delhi et des bureaux de Mumbai, Bangalore et Chandigarh*. Ottawa: MAECI, 51 p.

_____. 2005a. *Evaluation of the Public Diplomacy Program of Foreign Affairs Canada*. En ligne.
<http://www.international.gc.ca/departement/auditreports/evaluation/evalPublicDiplomacy05-fr.pdf>. Page consultée le 17 septembre 2008.

_____. 2005b. *Questions à facettes multiples – Examen horizontal de l'éventail des programmes canadiens de diplomatie culturelle et de diplomatie ouverte*. En ligne.
<http://www.international.gc.ca/departement/auditreports/evaluation/evalHorizontalReview05-fr.pdf>. Page consultée le 16 septembre 2008.

_____. 2006. *Vérification du Haut-commissariat à Londres*. Ottawa: MAECI, 72 p.

_____. 2008. *Vérification de l'Ambassade du Canada; Port-au-Prince*. Ottawa: MAECI, 37 p.

Documents gouvernementaux; Direction des relations culturelles, Division de l'éducation

Canada, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Direction des relations culturelles internationales. 1999. *Rapport annuel 1998-1999*. Ottawa: MAECI, 36 p.

_____. 2000. *Rapport annuel 1999-2000*. Ottawa: MAECI, 57 p.

_____. 2001. *Rapport annuel 2001-2001*. Ottawa: MAECI, 37 p.

_____. 2002. *Rapport annuel 2001-2002*. Ottawa: MAECI, 48 p.

_____. 2003. *Rapport annuel 2002-2003*. Ottawa: MAECI, 37 p.

_____. 2004. *Rapport annuel 2003-2004*. Ottawa: MAECI, 55 p.

_____. 2005. *Rapport annuel 2004-2005*. Ottawa: MAECI, 49 p.

_____. 2006. *Rapport annuel 2005-2006*. Ottawa: MAECI, 35 p.

_____. 2007. *Rapport annuel 2006-2007*. Ottawa: MAECI, 40 p.

_____. 2008a. *Rapport annuel 2007-2008*. Ottawa: MAECI, 57 p.

_____. 2008b. *Programme culturel: Conditions générales d'admissibilité*. En ligne. <http://www.international.gc.ca/culture/arts/guide-en.asp>. Page consultée le 2 novembre 2009.

Canada, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Division de l'éducation internationale et jeunesse. 2009. *Bourses internationales*. En ligne. www.bourses.gc.ca. Page consultée le 16 avril 2009.

Sources gouvernementales; Traités et autres

Accord entre le gouvernement du Canada et le gouvernement de la république française relatif aux échanges de jeunes. 3 octobre 2003, entré en vigueur le 1^{er} mars

2004. En ligne. <http://www.treaty-accord.gc.ca/text-texte.asp?id=104979>. Page consultée le 12 décembre 2008.

Accord entre le gouvernement du Canada et le gouvernement de la république française relatif au programme vacances-travail. 6 février 2001, entré en vigueur le 1 juin 2001. En ligne. <http://www.treaty-accord.gc.ca/text-texte.asp?id=103843>. Page consultée le 13 décembre 2008.

Avenant à l'accord du 4 octobre 1956 entre le gouvernement du Canada et le gouvernement de la République française relatif à l'admission de stagiaires au Canada et en France. 6 février 2001, entré en vigueur le 6 février 2001. En ligne. <http://www.treaty-accord.gc.ca/text-texte.asp?id=103839>. Page consultée le 13 décembre 2008.

Accord entre le gouvernement du Canada et la Communauté européenne renouvelant un programme de coopération dans le domaine de l'enseignement supérieur et de la formation. 19 décembre 2000, entré en vigueur le 1^{er} mars 2001. En ligne. <http://www.treaty-accord.gc.ca/text-texte.asp?id=103711>. Page consultée le 12 décembre 2008.

Accord culturel entre le gouvernement du Canada et le gouvernement de la République populaire de Chine. 20 janvier 2005, entrée en vigueur le 20 janvier 2005. En ligne. <http://www.treaty-accord.gc.ca/text-texte.asp?id=105017>. Page consultée le 10 décembre 2008.

Accord de coopération scientifique et technologique entre le gouvernement du Canada et le gouvernement de la République populaire de Chine. 16 janvier 2007, entré en vigueur le 17 juillet 2008. En ligne. <http://www.treaty-accord.gc.ca/text-texte.asp?id=105085>. Page consultée le 11 décembre 2008.

Accord de coopération scientifique et technologique entre le gouvernement du Canada et le gouvernement de la République de l'Inde. 11 novembre 2005, entré en vigueur le 11 novembre 2008. En ligne. <http://www.treaty-accord.gc.ca/text-texte.asp?id=105057>. Page consultée le 10 décembre 2008.

Canada, Comité permanent des affaires étrangères et du développement international. 2006. *La politique internationale du Canada mise à l'épreuve en Haïti.* En ligne. <http://cmte.parl.gc.ca/content/hoc/Committee/391/FAAE/Reports/RP2593086/faaerp04/faaerp04-f.pdf>. Page consultée le 28 septembre 2009.

Canada. Gouvernement du Canada. 2005. *Canada-France 2004.* En ligne. www.canada-2004.org. Page consultée le 2 mars 2009.

Canada, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ambassade du Canada en France. 2009. *Ambassade du Canada en France*. En ligne. <http://www.dfait-maeci.gc.ca/canada-europa/france/menu-fr.asp>. Page consultée le 28 septembre 2009.

Canada, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ambassade du Canada en Chine. 2009. *Ambassade du Canada en Chine*. En ligne. <http://geo.international.gc.ca/asia/china/>. Page consultée le 12 février 2009.

Canada, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Ambassade du Canada en Haïti. 2009. *Ambassade du Canada en Haïti*. En ligne. <http://www.canadainternational.gc.ca/haiti/>. Page consultée le 1^{er} avril 2009.

Canada, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Haut-commissariat du Canada en Inde. 2009. *Ambassade du Canada en Inde*. <http://www.canadainternational.gc.ca/india-inde/>. Page consultée le 15 février 2009.

Canada, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, Haut-commissariat du Canada au Royaume-Uni. 2009. *Haut-commissariat du Canada au Royaume-Uni*. En ligne. http://www.canadainternational.gc.ca/united_kingdom-royaume_uni/index.aspx?. Page consultée le 28 septembre 2009.

Canada, Statistique Canada. Culture, tourisme et Centre de la statistique de l'éducation. 2005. *Le secteur des services d'enseignement au Canada*, rédigé par Johanne Plante. Ottawa: Statistique Canada, 56 p.

Groupe d'experts indépendant sur le rôle futur du Canada en Afghanistan. 2008. *Groupe d'experts indépendant sur le rôle futur du Canada en Afghanistan: Rapport final*. En ligne. http://www.afghanistan.gc.ca/canada-afghanistan/assets/pdfs/Afghan_Report_web_f.pdf. Page consultée le 3 octobre 2009.

Organisations

Bureau canadien de l'éducation internationale (BCEI). 2009. *Bourses*. En ligne. <http://www.cbie.ca/francais/bourses/default.htm>. Page consultée le 3 février 2009.

British Association for Canadian Studies. 2007. *Canadian Studies in Britain 1970-2010; An assessment in the context of a changing world*, rédigé par Tim Rooth (ed.), Peter Freshwater, Alan Hallsworth et Roy Todd. London: British Association for Canadian Studies, 18 p.

Centres d'éducation canadiens (CEC). 2009. *About the CEC Network*. En ligne. http://www.cecnetwork.ca/public/about_cec.cfm. Page consultée le 12 février 2009.

Conseil international d'études canadiennes (CIEC). 2004. *Rapport annuel 2003-2004*. Ottawa: CIEC, 60 p.

_____. 2005. *Rapport annuel 2004-2005*. Ottawa: CIEC, 58 p.

_____. 2006. *Rapport annuel 2005-2006*. Ottawa: CIEC, 56 p.

_____. 2007. *Rapport annuel 2006-2007*. Ottawa: CIEC, 72 p.

_____. 2008. *Rapport annuel 2007-2008*. Ottawa: CIEC, 73 p.

_____. 2009. *Nouveau Programme Comprendre le Canada*. En ligne.

<http://www.iccs->

[ceic.ca/pages/newweb/sample2/pdf/news_items/Understanding%20Canada_fr.pdf](http://www.iccs-).

Page consultée le 12 février 2009.

Fondation canadienne pour les Amériques (FOCAL). 2004. *Rapport final:*

Conférence de Montréal avec la Diaspora haïtienne. En ligne.

<http://www.unitarny.org/mm/file/Migration/Diasporas%202007/Rapport%20Final%20de%20la%20Conférence%20de%20Montreal%20avec%20la%20Diaspora%20Haïtienne.pdf>. Page consultée le 11 avril 2009.

Institut indo-canadien Shastri. 2009. *About us*. En ligne. <http://www.sici.org/about/>. Page consultée le 20 mars 2009.

Radio-Canada, Canadian Broadcasting Channel. 1999. *Rapport annuel 1998-1999*. Montréal: Radio-Canada/CBC, 72 p.

_____. 2000. *Rapport annuel 1999-2000*. Montréal: Radio-Canada/CBC, 80 p.

_____. 2001. *Rapport annuel 2000-2001*. Montréal: Radio-Canada/CBC, 75 p.

_____. 2002. *Rapport annuel 2001-2002*. Montréal: Radio-Canada/CBC, 74 p.

_____. 2003. *Rapport annuel 2002-2003*. Montréal: Radio-Canada/CBC, 115 p.

_____. 2004. *Rapport annuel 2003-2004*. Montréal: Radio-Canada/CBC, 68 p.

_____. 2005. *Rapport annuel 2004-2005*. Montréal: Radio-Canada/CBC, 74 p.

- _____. 2006. *Rapport annuel 2005-2006*. Montréal: Radio-Canada/CBC, 86 p.
- _____. 2007. *Rapport annuel 2006-2007*. Montréal: Radio-Canada/CBC, 90 p.
- _____. 2008. *Rapport annuel 2007-2008, Vol.1*. Montréal: Radio-Canada/CBC, 56 p.

UNESCO, Institut de la statistique. 2005. *Flux des étudiants en mobilité internationale dans l'enseignement supérieur*. En ligne. <http://stats.uis.unesco.org/unesco/TableViewer/tableView.aspx>. Page consultée le 16 mars 2009.

United Nations Development Programme. 2008. *Statistics of the Human Development Report. 2007/2008 Human Development Index ranking*. En ligne. <http://hdr.undp.org/en/statistics/>. Page consultée le 16 août 2008.

Thèses, articles, livres scientifiques et articles de journal

Axworthy, Lloyd. 2003. *Navigating a New World: Canada's global future*. Toronto: A.A. Kopf Canada, 450 p.

Babst, Stefanie. 2008. « Reinventing NATO's Public Diplomacy ». *NATO Research Paper*, no 41, p. 1-8.

Bátora, Jozef. 2006. « Public Diplomacy Between Home and Abroad: Norway and Canada ». *The Hague Journal of Diplomacy*, Vol. 1, p. 53-80.

_____. 2008. « Canada's Department of Foreign Affairs and International Trade ». Chap. in *Foreign ministries and the information revolution: going virtual?*, p. 85-129. Coll. « Diplomatic Studies ». Leiden; Boston : Martinus Nijhoff.

Baxter, Laurence, Jo-Ann Bishop. 1998. « Uncharted Ground: Canada, Middle Power Leadership and Public Diplomacy ». *Journal of Public and International Affairs*, vol. 9, p. 84-101.

Bibliothèque du Parlement, Service d'information et de recherche parlementaire. 2008. *Afghanistan: La présence diplomatique du Canada*. En ligne. http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/library_parliament/infoseries-f/2008/afghanistan_diplomatique/prb0738-f.pdf.

Blinken, Antony J. 2003. « Winning the War of Ideas ». In *The battle for hearts and minds: using soft power to undermine terrorist networks*, sous la dir. d'Alexander T.J. Lennon, p. 282-98. Cambridge, Mass.; London: MIT Press.

Bouzanis, Jason. 2009. « The Economic Face of Public Diplomacy: International Business Promotion and Tourism ». In *Branding Canada: Projecting Canada's Soft Power through Public Diplomacy*, sous la dir. de Evan H. Potter, p. 173-193. Montréal, Kingston: McGill-Queen's University Press.

Center for Strategic and International Studies (CSIS). 2007. *CSIS Commission on Smart Power. A Smarter, more Secure America*. En ligne. http://www.csis.org/media/isis/pubs/071106_csissmartpowerreport.pdf. Page consultée le 2 novembre 2008.

Conférence canadienne des arts. Rapport de recherche préparé par Rachael Maxwell. 2007. *La place des arts et de la culture dans la politique étrangère du Canada*. Ottawa: CCART, 48 p. (distribué lors d'un colloque sur le rôle de la diplomatie publique en politique étrangère canadienne, UQÀM, 20 novembre 2007.)

Cooper, Andrew F. 1990. « Playing by new rules: Allan Gotlieb, Public Diplomacy, and the Management of Canada-US Relations ». *Fletcher Forum on World Affairs*, Vol. 93, p.93- 110.

Copeland, Daryl. 2005. « New rabbits, old hats: International policy and Canada's foreign service in an era of reduced diplomatic resources ». *International Journal*, vol. 60, no 3, p. 743-62.

Culls, Nicholas J. 2008. « Public Diplomacy: Taxonomies and Histories ». *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 616, no 1, p. 31-54.

Dade, Carlo. 2006. « The Role of the Private Sector and the Diaspora in Rebuilding Haiti ». In *Haiti: Hope for a fragile state*, sous la dir. de Yasmine Shamsie et Andrew S. Thompson, p. 85-97. Waterloo, Ontario: Wilfrid Laurier University Press.

Delvoie, Louis A. 2006. *Canada and Emerging India: Contending Economic and Security Agendas*. Kingston, Ont.: Centre for International Relations, Queen's University, 18 p.

_____. 2007. « Canada and India: A Roller Coaster Ride ». In *Canada's Global Engagements and Relations with India*, sous la dir. de Christopher Sam Raj et Abdul Nofey, p. 237-252. New Delhi: Manak Publications.

D'Hooghe, Ingrid. 2005. « Public Diplomacy in the People's Republic of China ». In *The new public diplomacy : soft power in international relations*, sous la dir. de Jen Melissen, p. 88-105. Coll. « Studies in Diplomacy and International Relations ». Basingstoke [UK]; New York: Palgrave Macmillan.

Edwards, Fred. 2008. « Chinese Shadows ». In *100 Years of Canadian Foreign Policy*, sous la dir. de Robert Bothwell et Jean Daudelin, p. 293-313. Coll. « Canada Among Nations 2008 ». Montreal, Kingston: McGill-Queen's University Press.

English, John et Ryan Touhey. 2007. « Canadian-Indian Relations: A Historical Appreciation ». In *Canada's Global Engagements and Relations with India*, sous la dir. de Christopher Sam Raj et Abdul Nofey, p. 223-235. New Delhi: Manak Publications.

Fatton, Robert Jr. 2006. « The Fall of Aristide and Haiti's Current Predicament ». In *Haiti: Hope for a fragile state*, sous la dir. de Yasmine Shamsie et Andrew S. Thompson, p. 15-24. Waterloo, Ontario: Wilfrid Laurier University Press.

Gallet, Lionel. 2009. *L'indexation des États fragiles: nouvel outil des relations international*. En ligne.
http://www.psi.ulaval.ca/fileadmin/psi/documents/Documents/Mise_au_point/Mise_au_point_-_Les_Etats_Fragiles.pdf. Page consultée le 13 février 2010.

Gilboa, Eytan. 2001. « Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects ». *Diplomacy and Statecraft*, vol. 12, no 2, p. 1-28.

_____. 2006. « Public Diplomacy: The Missing Component in Israel's Foreign Policy ». *Israel Affairs*. Vol. 12, no. 4, p. 715-747.

_____. 2008. « Searching for a Theory of Public Diplomacy ». *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 616, no 1, p. 55-77.

Gotlieb, Allan. 1991. *'I'll be with you in a minute Mr Ambassador ': The Education of a Canadian Diplomat in Washington*. Toronto: University of Toronto Press, 161 p.

Gregory, Bruce. 2008. « Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field ». *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 616, no 1, p. 274-290.

Hemery, John. 2005. « Training for Public Diplomacy: an Evolutionary Perspective ». In *The new public diplomacy : soft power in international relations*, sous la dir. de Jen Melissen, p. 196-209. Coll. « Studies in Diplomacy and International Relations ». Basingstoke [UK]; New York: Palgrave Macmillan.

Henrikson, Alan K. 2006. Netherlands Institute of International Relations. Clingendael Discussion Papers in Diplomacy. 'What can Public Diplomacy achieve?' En ligne.
http://www.clingendael.nl/publications/2006/20060900_cdsp_paper_dip_c.pdf Page consultée le 4 septembre 2007.

_____. 2005. « Niche Diplomacy in the World Public Arena: the Global 'Corners' of Canada and Norway ». In *The new public diplomacy : soft power in international relations*, sous la dir. de Jen Melissen, p. 67-87. Coll. « Studies in Diplomacy and International Relations ». Basingstoke [UK]; New York: Palgrave Macmillan.

Hocking, Brian. 2005. « Rethinking the 'New' Public Diplomacy » Chap in *The new public diplomacy : soft power in international relations*, sous la dir. de Jan Melissen, p. 28- 46. Coll. « Studies in Diplomacy and International Relations ». Basingstoke [UK]; New York: Palgrave Macmillan.

Hoffman, David. 2002. « Beyond public diplomacy ». *Foreign Affairs*. Vol.81, no 2, p. 83-95.

Kaufman, Edward. 2003. « A Broadcasting Strategy to Win Media Wars ». In *The battle for hearts and minds: using soft power to undermine terrorist networks*, sous la dir. d'Alexander T.J. Lennon, p. 251-61. Cambridge, Mass.: London: MIT Press.

Keohane, Robert O., Joseph S. Nye. 2001. *Power and Interdependence*. 3rd ed. New York: Addison Wesley Longman, 2001, 334 p.

_____. 1998. «Power and Interdependence in the Information Age», *Foreign Affairs*, Vol. 77, No. 5, p. 81-94.

Kilbane, Mark. 2009. « Military Psychological Operations as Public Diplomacy ». In *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, sous la dir. de Nancy Snow et Philip M. Taylor, p. 187-192. Coll. « Routledge International Handbooks ». New York : Routledge.

Kurlantzick, J. 2007. *Charm offensive: how China's soft power is transforming the world*. New Haven: Yale University Press, 306 p.

La Presse canadienne. 2008. « Canadians, Taliban battle in information war for hearts, minds of Afghans ». *The Canadian Press*, En ligne.
http://montreal.ctv.ca/servlet/an/local/CTVNews/20081029/taliban_infowar_081029?hub=EdmontonHome. Page consultée le 12 mars 2009.

- Lamy, Steven L. 2005. « Contemporary mainstream approaches: neo-realism and neo-liberalism ». In *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations* (3rd edition), sous la dir. de John Baylis et Steve Smith, p. 205- 249. Oxford/New York: Oxford University Press.
- Lehmann, Ingrid A. 1998. *Public Information Campaigns in Peacekeeping: The UN experience in Haiti*. Coll. « Pearson papers ». Clementsport, N. S.: Canadian Peacekeeping Press, 27 p.
- Leonard, Mark. 2002. « Diplomacy by other means ». *Foreign Policy*. No. 132, p. 48-56.
- Leonard, Mark, Catherine Stead, Conrad Swewing. 2002. *The Foreign Policy Centre. Public Diplomacy*. En ligne. <http://fpc.org.uk/fsblob/35.pdf>. Page consultée le 6 septembre 2007.
- Lord, Carnes. 2006. *Losing hearts and minds? : public diplomacy and strategic influence in the age of terror*. Westport, Conn.: Praeger Security International, 139 p.
- Lukes, Steven. 2007. « Power and the battle for hearts and minds: on the bluntness of soft power ». In *Power in World Politics*, sous la dir. de Felix Berenskoetter et M. J. Williams, p. 83-97. Londres, New-York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2007.
- Maguire, Robert. 2006. « Assisting a Neighbour: Haiti's Challenge to North American Policy-Makers ». In *Haiti: Hope for a fragile state*, sous la dir. de Yasmine Shamsie et Andrew S. Thompson, p. 25-35. Waterloo, Ontario: Wilfrid Laurier University Press.
- Massie, Justin. 2008. « A Special Relationship? The Importance of France in Canadian Foreign Policy ». In *100 Years of Canadian Foreign Policy*, sous la dir. de Robert Bothwell et Jean Daudelin, p. 235-270. Coll. « Canada Among Nations 2008 ». Montreal, Kingston: McGill-Queen's University Press.
- Mattern, Janice Bially. 2007. « Why 'soft power' isn't so soft. Representational force and attraction in world politics ». In *Power in World Politics*, sous la dir. de Felix Berenskoetter et M. J. Williams, p. 98-119. Londres, New-York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Melissen, Jan. 2005. « The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice » Chap in *The new public diplomacy : soft power in international relations*, p. 3- 27. Coll. « Studies in Diplomacy and International Relations ». Basingstoke [UK]; New York: Palgrave Macmillan.

Michalski, Anna. 2005. « The EU as a Soft Power: the Force of Persuasion ». In *The new public diplomacy : soft power in international relations*, sous la dir. de Jen Melissen, p. 124-144. Coll. « Studies in Diplomacy and International Relations ». Basingstoke [UK]; New York: Palgrave Macmillan.

Nye, Joseph S. 1990. « Soft Power ». *Foreign Policy*, Vol. 80, p. 153-171.

_____. 1990. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York: Basic Books, 1990, 307 p.

_____. 2002. « The Information Revolution and American Soft Power », *Asia-Pacific Review*, Vol. 9, No. 1, p. 60-76.

_____. 2004. *Soft Power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs, 191 p.

_____. 2007. « Notes for a soft-power research agenda ». In *Power in World Politics*, sous la dir. de Felix Berenskoetter et M. J. Williams, p. 162-172. Londres, New-York: Routledge, Taylor & Francis Group.

_____. 2008. « Public Diplomacy and Soft Power », *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 616, no 1, p. 94-109.

Nye, Joseph S. et William A. Owens. 1996. « America's Information Edge ». *Foreign Affairs*, Vol. 75, no 2, p. 20-36.

Olechowska, Elzbieta. 2007. *The Age of International Radio: Radio Canada International (1945-2007)*. Oakville (Ont.): Mosaic Press, 296 p.

Pahlavi, Pierre Cyril. 2004. « Mass diplomacy: Foreign policy in the global information age ». Thèse de doctorat, Montréal, Université McGill, 372 p.

_____. 2007. « Evaluating Mass Diplomacy ». *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 2, no 3, p. 255-281.

_____. 2008. « La diplomatie publique du Canada, virage ou figure de style? ». *La politique étrangère du Canada*, vol. 14, no 1, p. 7-29.

Pigott, Peter. 2007. *Canada in Afghanistan: The War So Far*. Toronto: Dundurn Group, 226 p.

Potter, Evan H. 2002a. « Information technology and Canada's Public Diplomacy ». Chap. in *Cyber-Diplomacy: Managing Foreign Policy in the Twenty-First Century*, p. 177-200. Montreal, Kingston: McGill-Queen's University Press.

_____. 2002b. Netherlands Institute of International Relations. Clingendael Discussion Papers in Diplomacy. *Canada and the New Public Diplomacy*. En ligne. http://www.clingendael.nl/publications/2002/20020700_cli_paper_dip_issue81.pdf. Page consultée le 4 septembre 2007.

_____. 2009. *Branding Canada: Projecting Canada's Soft Power through Public Diplomacy*. Montreal, Kingston: McGill-Queen's University Press, 368 p.

Riordan, Shaun. 2005. « Dialogue-based Public Diplomacy: a New Foreign Policy Paradigm? » In *The new public diplomacy : soft power in international relations*, sous la dir. de Jen Melissen, p. 180-95. Coll. « Studies in Diplomacy and International Relations ». Basingstoke [UK]; New York: Palgrave Macmillan.

Ross, Christopher. 2003. « Public Diplomacy Comes of Age ». In *The battle for hearts and minds: using soft power to undermine terrorist networks*, sous la dir. d'Alexander T.J. Lennon, p. 251-61. Cambridge, Mass.: London: MIT Press.

Roussel, Stéphane et Dan O'Meara. 2007. « Le libéralisme classique: une constellation de théories ». In *Théories des relations internationales: contestations et résistances*, sous la dir. d'Alex Macleod et Dan O'Meara, p. 89-110. Montréal: Athéna.

Rudderham, M.A. 2008. « Middle Power Pull: Can Middle Power use Public Diplomacy to Ameliorate the Image of the West? ». *York Centre for International and Security Studies (YCISS) Working Paper*. En ligne. No 46, p. 1-21. <http://www.yorku.ca/yciss/publications/documents/WP46-Rudderham.pdf>. Consulté le 28 septembre 2008.

Rugh, W.A. 2006. *American encounters with Arabs: the "soft power" of U.S. public diplomacy in the Middle East*. Westport, Conn.: Praeger Security International, 220 p.

Shamsie, Jasmine. 2008. « Canada's approach to democratization in Haiti: Some reflections for the coming years ». *Canadian foreign policy*, vol. 14, no 3, p. 87-101.

Sharp, Paul. 2005. « Revolutionary States, Outlaw Regimes and The Techniques of Public Diplomacy » Chap in *The new public diplomacy : soft power in international relations*, p. 106-123. Coll. « Studies in Diplomacy and International Relations ». Basingstoke [UK]; New York: Palgrave Macmillan.

Steven, David. 2008. *The New Public Diplomacy and Afghanistan*. En ligne. http://www.globaldashboard.org/2008/06/12/afghanistan_public-diplomacy/. Page consultée le 13 avril 2009.

Touhey, Ryan. 2008. « Transcender le passé: une nouvelle vision des relations canado-indiennes ». *La future politique étrangère du Canada*. En ligne. No 1, p. 1-16. <http://www.canadianinternationalcouncil.org/recherche/lafuturepo/researchpu>. Consultée le 10 mars 2009.

University of Southern California. Center on Public Diplomacy at the Annenberg School. 2009. *What is Public Diplomacy?* En ligne. <http://uscpublicdiplomacy.com/>. Page consultée le 13 octobre 2008.

Vickers, Rhiannon. 2007. « The New Public Diplomacy: Britain and Canada Compared ». *British Journal of Politics and International Relations*. Vol. 18, No. 2, p. 182-194.

Wilson III, Ernest J. 2008. « Hard Power, Soft Power, Smart Power ». *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 616, no 1, p. 110-124.

Wolf, C., Rosen, B. 2004. *Public diplomacy: how to think about and improve it*. Santa Monica, Calif.: Rand Corp., 23 p.

Wyszomirski, Margaret J., Christopher Burgess et Catherine Peila. 2003. Cultural Diplomacy Research Series. *International cultural relations: A multi-country comparison*. En ligne. <http://www.culturalpolicy.org/pdf/MJWpaper.pdf>. Page consultée le 11 octobre 2008.

Communications et entrevue

Échange de courriel avec le Capitaine Nicolas Gauthier, le 2 mars 2009. Officier au développement des capacités. Directeur des opérations psychologiques. Défense nationale.

Échange de courriel avec la Mme Aline Brault, le 24 février 2009. Gestionnaire de programme. Programme de Bourses. Division de l'éducation internationale et jeunesse du MAECI, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

Entrevue avec M. Roger Tétrault, le 24 avril 2009. Directeur par intérim de Radio-Canada International.