

# Le soft power de l'Allemagne

## Cours d'allemand en 1ère

### Le soft power allemand en 1ère : séduire plutôt que contraindre

Un pays peut agir sur le monde par la force militaire ou par l'argent. Mais il peut aussi attirer et convaincre. Vers 1990, le politologue américain Joseph Nye a appelé cette capacité le *soft power*, la « puissance douce ». En allemand, on garde souvent le mot anglais : **die Soft Power**. On parle aussi de **die Anziehungskraft**, la force d'attraction d'un pays.

#### Définition

**die auswärtige Kulturpolitik** : la politique culturelle extérieure. En Allemagne, elle est conduite par le ministère des Affaires étrangères, **das Auswärtige Amt**, avec des partenaires indépendants. Elle est souvent présentée comme un pilier de la politique étrangère, à côté de la diplomatie et des relations économiques.

Pour l'Allemagne, ce choix a une histoire. En effet, après 1945, le pays doit regagner la confiance de ses voisins. Il mise donc sur la culture, les échanges et la coopération. Par exemple, l'Office allemand d'échanges universitaires, **der DAAD**, fondé en 1925, accorde aujourd'hui des bourses à des étudiants du monde entier.

### Le Goethe-Institut : la langue et la culture dans le monde

Le Goethe-Institut porte le nom de l'écrivain Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832). Lisez d'abord ce texte, écrit pour ce cours.

**Das Goethe-Institut wurde 1951 gegründet und hat seinen Sitz in München. Heute gibt es rund 150 Institute in fast 100 Ländern. Dort lernen Menschen Deutsch, legen Prüfungen ab und entdecken Filme, Bücher und Musik aus Deutschland. Das Institut organisiert auch Ausstellungen und Diskussionen, damit Menschen aus verschiedenen Ländern miteinander ins Gespräch kommen. Es wird größtenteils vom Auswärtigen Amt finanziert, arbeitet aber unabhängig. So soll im Ausland ein offenes und modernes Bild von Deutschland entstehen.**

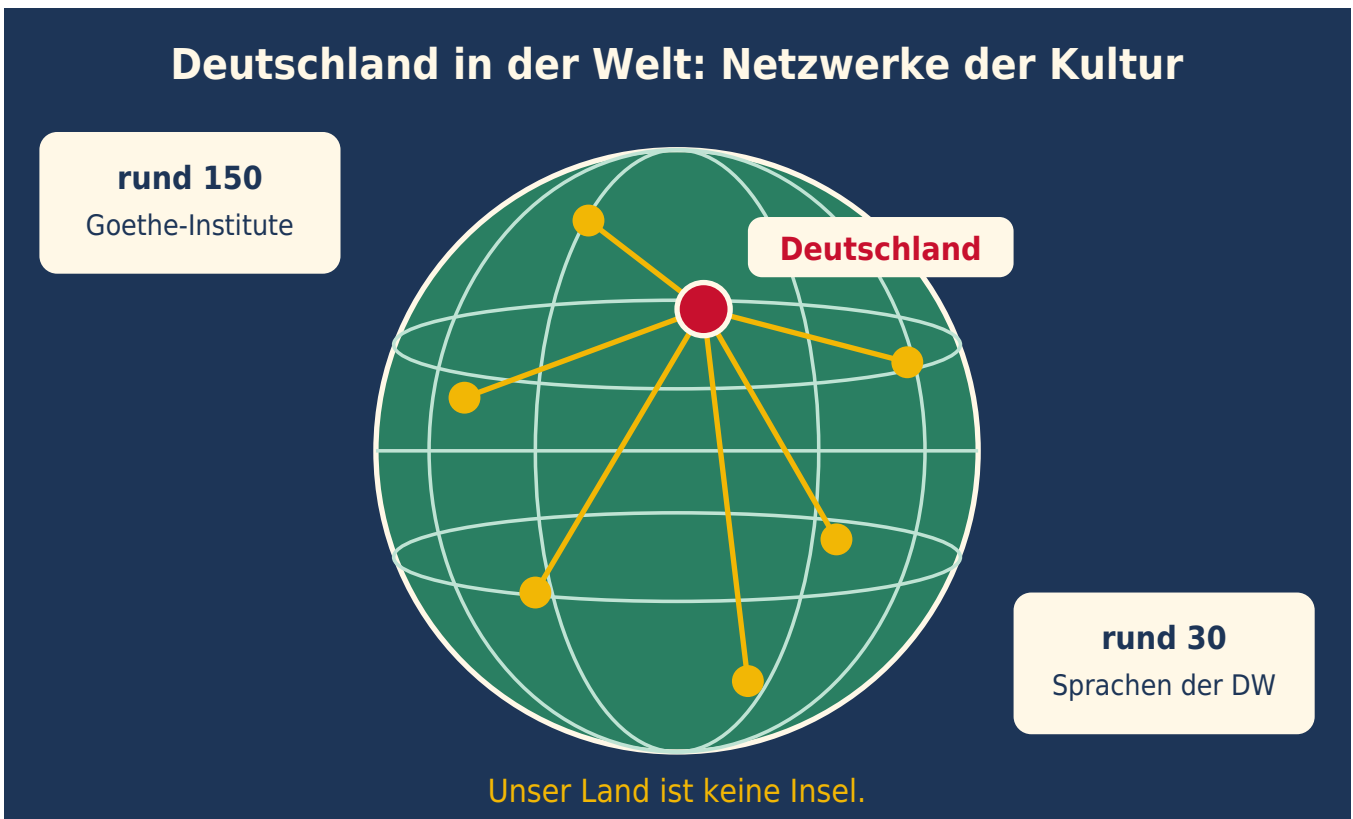
*Texte original rédigé pour ce cours.*

Retenez d'abord **der Sitz** (le siège), **eine Prüfung ablegen** (passer un examen) et **das Ausland** (l'étranger). Ensuite, remarquez le passif au présent : **Es wird ... finanziert**. Enfin, la subordonnée en **damit** exprime le but des activités. En France aussi, il existe des Goethe-Instituts, par exemple à Paris et à Lyon.

### Questions de compréhension

#### 1. Wann und wo wurde das Goethe-Institut gegründet?

2. Was können Menschen in einem Goethe-Institut machen?
3. Wer finanziert das Institut zum größten Teil?
4. Welches Bild von Deutschland soll entstehen?



*Un réseau culturel et médiatique relie l'Allemagne au reste du monde.*

## La Deutsche Welle et le label « Made in Germany »

### Une voix allemande dans le monde

La Deutsche Welle, souvent abrégée **DW**, est la radio-télévision internationale de l'Allemagne. Elle est fondée en 1953 et a ses sièges à Bonn et à Berlin. Elle diffuse des informations à la télévision, à la radio et sur Internet, dans une trentaine de langues. Contrairement aux chaînes publiques regardées en Allemagne, elle n'est pas financée par la redevance, mais par le budget fédéral. Elle est donc très utile dans les pays où la liberté de la presse est limitée.

#### Beispiel

**Die Deutsche Welle sendet Nachrichten in rund 30 Sprachen.** (La Deutsche Welle diffuse des informations dans une trentaine de langues.)

**Sie wird aus dem Bundeshaushalt finanziert.** (Elle est financée par le budget fédéral.)

### « Made in Germany » : une étiquette devenue un label

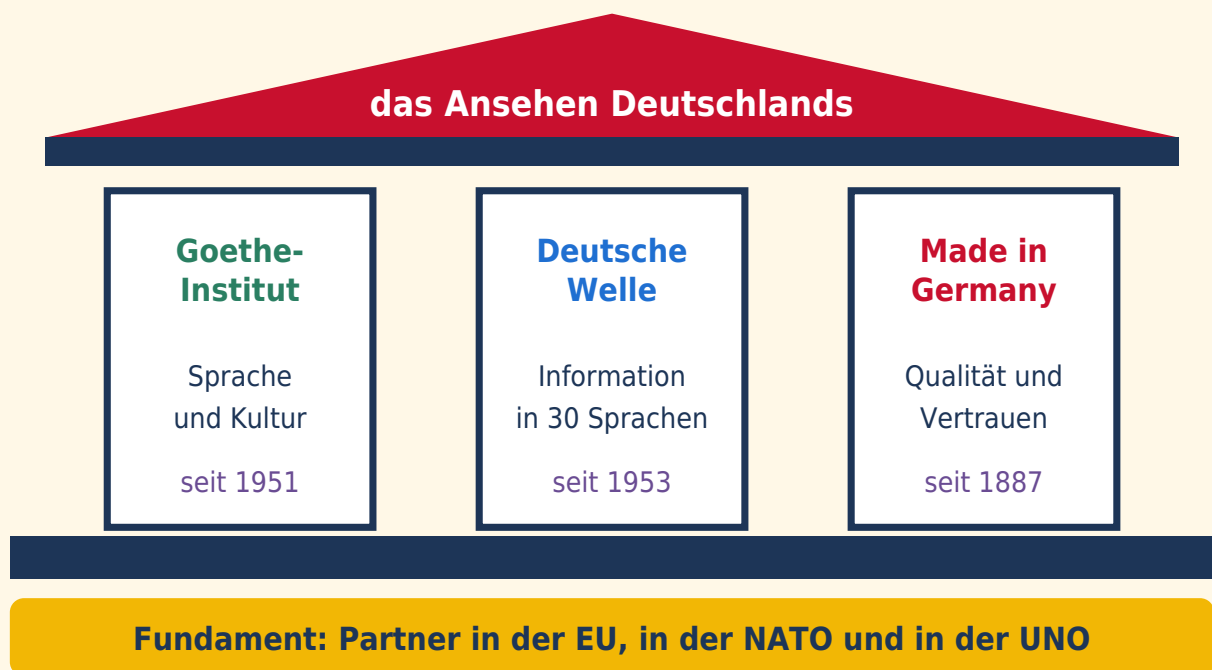
Le soft power passe aussi par les produits. Or l'histoire de « Made in Germany » est surprenante. En 1887, une loi britannique impose d'indiquer le pays d'origine des marchandises étrangères. L'objectif est de protéger les clients contre des imitations bon

marché venues, entre autres, d'Allemagne. Pourtant, la qualité des produits allemands progresse vite. Ainsi, l'étiquette qui devait mettre en garde devient un gage de qualité.

**1887 beschloss Großbritannien ein Gesetz: Waren aus dem Ausland mussten ihr Herkunftsland zeigen. So wollte man die Kunden vor billigen Nachahmungen schützen. Die Aufschrift „Made in Germany“ sollte also warnen. Doch die deutschen Produkte wurden immer besser. Bald wurde die Aufschrift zu einem Gütesiegel, das für Qualität und Zuverlässigkeit steht.**

*Texte original rédigé pour ce cours.*

## Die drei Säulen der deutschen Soft Power



*Trois piliers de l'image de l'Allemagne, posés sur ses alliances.*

## Une politique étrangère ouverte : « Unser Land ist keine Insel »

La formule „**Unser Land ist keine Insel**“ signifie « notre pays n'est pas une île ». Elle résume bien une idée centrale : l'Allemagne ne peut pas vivre seule. D'abord, son économie dépend des exportations. Ensuite, elle se trouve au cœur de l'Europe et compte neuf pays voisins. Enfin, elle agit surtout avec ses partenaires. Par exemple, la République fédérale est membre fondateur de la Communauté économique européenne en 1957. Elle entre dans l'OTAN en 1955, puis à l'ONU en 1973.

### Achtung !

Le mot **die Insel** est féminin : on dit donc **keine Insel**. Ne confondez pas non plus **das Ausland** (l'étranger, le pays étranger) et **der Ausländer** (l'étranger, la personne). Enfin, **im Ausland** répond à la question **wo?** et **ins Ausland** à la question **wohin?**

**Règle**

Pour exprimer un **but**, on emploie **um ... zu** + infinitif quand le sujet est le même dans les deux propositions. Si les sujets sont différents, on emploie **damit**, et le verbe conjugué va à la fin.

**Ana lernt Deutsch, um in Berlin zu studieren.** (Ana apprend l'allemand pour étudier à Berlin.)

**Die DW sendet Nachrichten, damit die Menschen informiert sind.** (La DW diffuse des informations pour que les gens soient informés.)

Avec un verbe à particule, **zu** se place entre la particule et le verbe : **um eine Prüfung abzulegen.**

**Règle**

Le **passif au présent** se forme avec **werden** conjugué + participe II en fin de proposition. Il convient bien pour décrire le fonctionnement d'une institution.

**Das Institut wird vom Auswärtigen Amt finanziert.** (L'institut est financé par le ministère des Affaires étrangères.)

## Le vocabulaire pour parler de l'influence allemande

**Wortschatz**

| Deutsch                         | Français                             |
|---------------------------------|--------------------------------------|
| die Außenpolitik                | la politique étrangère               |
| das Auswärtige Amt              | le ministère des Affaires étrangères |
| das Ausland                     | l'étranger (le pays)                 |
| der Einfluss                    | l'influence                          |
| die Anziehungskraft             | la force d'attraction                |
| das Ansehen                     | le prestige, la réputation           |
| der Ruf                         | la réputation                        |
| das Vertrauen                   | la confiance                         |
| fördern                         | promouvoir, soutenir                 |
| verbreiten                      | diffuser, répandre                   |
| der Sprachkurs, die Sprachkurse | le cours de langue                   |
| eine Prüfung ablegen            | passer un examen                     |
| das Stipendium, die Stipendien  | la bourse d'études                   |

|                            |                         |
|----------------------------|-------------------------|
| der Austausch              | l'échange               |
| der Sender                 | la chaîne, la station   |
| senden                     | diffuser, émettre       |
| die Nachrichten            | les informations        |
| die Pressefreiheit         | la liberté de la presse |
| unabhängig                 | indépendant             |
| die Ware, die Waren        | la marchandise          |
| das Gütesiegel             | le label de qualité     |
| die Zuverlässigkeit        | la fiabilité            |
| die Nachahmung             | l'imitation             |
| die Zusammenarbeit         | la coopération          |
| das Bündnis, die Bündnisse | l'alliance              |
| die Vereinten Nationen     | les Nations unies       |

### Sujet d'expression écrite

Rédigez en allemand un texte de 120 à 150 mots : „**Wie kann ein Land im Ausland Sympathie gewinnen?**“ Appuyez-vous sur au moins deux exemples allemands du cours.

#### Méthode

1. D'abord, posez la question en une phrase d'introduction.
2. Ensuite, présentez deux ou trois moyens, avec **erstens, zweitens, drittens**.
3. Puis, nuancez avec **allerdings** : le soft power a aussi des limites.
4. Enfin, donnez votre avis avec **meiner Meinung nach**, suivi du verbe en deuxième position.

#### À retenir

- Le soft power est la capacité d'un pays à attirer et à convaincre sans contrainte.
- Le Goethe-Institut (1951, siège à Munich) diffuse la langue et la culture allemandes dans près de 100 pays.
- La Deutsche Welle (1953, Bonn et Berlin) informe le monde dans une trentaine de langues.
- « Made in Germany », imposé par une loi britannique de 1887, est devenu un label de qualité.
- Pour exprimer un but : **um ... zu** si le sujet est le même, **damit** s'il change.