Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»

###### Факультет Мировой Экономики и Мировой Политики

**Отделение Международные отношения**

###### Кафедра[[1]](#footnote-2)\* Мировой политики

###### ВЫПУСКНАЯКВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему “Формы и механизмы современной культурно-лингвистической

политики Франции”

Студент группы № 468

Кравченко Ася Рубеновна

Руководитель ВКР

Профессор кафедры мировой политики

к.и.н. Кривушин Иван Владимирович

 Москва, 2013

Оглавление

[Введение 2](#_Toc356852822)

[Глава 1 8](#_Toc356852823)

[1.1 Внешняя культурная политика государства в современных условиях. 8](#_Toc356852824)

[1.2. Анализ основных черт внешней культурной политики Франции 11](#_Toc356852825)

[Глава 2 26](#_Toc356852850)

[2.1 Формы и механизмы французской внешней культурно-лингвистической политики в их взаимосвязи. 26](#_Toc356852851)

[2.2 Многосторонний уровень осуществления культурно-лингвистической политики 28](#_Toc356852852)

[2.3 Двустороннее сотрудничество 38](#_Toc356852853)

[Глава 3 46](#_Toc356852854)

[3.1. Трансформация модели внешней культурно-лингвистической политики Франции 46](#_Toc356852855)

#

**Введение**

Распространение собственного языка и культуры за рубежом – возможно, один из самых изящных способов усиления международного влияния страны. Конечно, в современном мире уже трудно соперничать с английским языком, который прочно укрепился в качестве языка международного общения. Тем не менее, меры по распространению языка и культуры - это способ добиться адекватного восприятия страны за рубежом, создать благоприятный имидж, который, в свою очередь, будет способствовать усилению участия данной страны в международном экономическом и культурном обмене.

Несмотря на то, что меры по продвижению собственного языка и культуры предпринимаются многими государствами, в первую очередь западноевропейскими (Германия, Великобритания, Испания), пожалуй, только во Франции данные меры являются полноценным направлением общего внешнеполитического курса. Распространение французского языка и культуры признается одним из важнейших факторов усиления влияния Франции в мире, поэтому культура и интересы внешней политики для Франции находятся в неразрывной связи.

Таким образом, можно говорить о внешней культурно-лингвистической политике как об интеграции национального языка и культуры в политический процесс в качестве своеобразного инструмента достижения определенных внешнеполитических целей. Внешняя культурно-лингвистическая политика, таким образом, имеет свою концептуальную основу, а также элемент политического прогнозирования и оценки, связанными с необходимостью определить собственные перспективы в международном многокультурном пространстве.

**Актуальность** данного исследования заключается в необходимости осмысления современных процессов глобализации в одном из самых сложных ее аспектов - в контексте межнациональных отношений и взаимного восприятия культур.

**Объект** данного исследования является международная среда в ее трансформации. В качестве **предмета** будет рассматриваться модель культурно-лингвистической политики как механизм расширения и укрепления международного влияния Франции.

Цель исследования: анализ формирования модели культурно-лингвистической политики Франции и ее трансформация в условиях изменения международной среды.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

* Определить место внешней культурно-лингвистической политики в контексте осуществления национальных внешнеполитических интересов Франции.
* Рассмотреть факторы, которые привели к формированию Францией модели распространения одностороннего культурного влияния
* Обозначить основные направления трансформации международной среды в конце XX – начале XIX века и необходимость пересмотра внешней культурно-лингвистической политики Франции в соответствие с ними.
* Выявить основные тенденции в современной культурно-лингвистической политике Франции с учетом изменяющихся условий международной среды

Исходя из всего вышесказанного, выдвигаетcя следующая **гипотеза** исследования: модель распространения одностороннего культурного влияния, сложившаяся в силу ряда исторических факторов и окончательно утвердившаяся после Второй мировой войны, отвечала внешнеполитическим устремлениям Франции, связанных с восстановлением и укреплением своего международного влияния. Вместе с тем, процессы глобализации привели к изменению характера и масштаба международного взаимодействия, что заставило Францию пересмотреть парадигму традиционной модели культурно-лингвистической политики как не отвечающую интересам Франции в условиях глобализации в пользу развития двустороннего, а также многостороннего культурного сотрудничества. То есть в пользу такой модели, которая с большей вероятностью будет способствовать эффективной интеграции Франции в мировой хозяйство.

Таким образом, научная новизна исследования заключается в попытке анализа смены парадигмы культурно-лингвистической политики в контексте изменения международной среды. В разработке данной темы были использован широкий круг источников.

В разработке исторической проблематики формирования внешней культурной политики Франции были использованы работы российских исследователей. Среди них: И.В.Чернов[[2]](#footnote-3), С.И. Косенко[[3]](#footnote-4), С.А. Греш[[4]](#footnote-5). Особенностью российских исследований по данной теме, тем не менее, является особое внимание к деятельности международной организации Франкофонии. Вопросы, связанные с осмыслением национального характера французов, особенности французской дипломатии, в том числе в ее связи со культурой освещаются в работах профессора Юрия Ильича Рубинского[[5]](#footnote-6).

При исследовании современного состояния внешней культурно-лингвистической политики Франции, в первую очередь, были использованы данные, доступные на сайте Министерства иностранных и европейских дел Франции[[6]](#footnote-7). К программным документам внешней культурно-лингвистической политики можно отнести общую внешнеполитическую концепцию Франции на период 2008 -2020: Белую книгу по внешней и европейской политике[[7]](#footnote-8). Книга знаменует эволюцию общих внешнеполитических приоритетов Франции и в ней, в частности, содержатся предложения по реформированию внешней культурной деятельности.

Кроме того, для понимания концептуальных основ внешнеполитического дискурса, связанного с продвижением французского языка в мире использованы документы и доклады, представленные на сайте международной организации Франкофонии[[8]](#footnote-9). Для анализа особенностей культурной сети Франции также были проанализированы официальные сайты Альянс Франсез[[9]](#footnote-10), Французского Института[[10]](#footnote-11), а также Агентства по французскому образованию за границей[[11]](#footnote-12)

Значительный вклад в осмысление опыта осуществления внешней культурно-лингвистистической политики внесли непосредственные практики данной деятельности. Среди них можно выделить Жака Риго, бывшего директора кабинета министра культуры, одного из самых заметных концептуалистов культурной политики Франции. Его доклад для министра культуры 1995 года “К преобразованию культурной политики[[12]](#footnote-13)” оказал значительное влияние на дальнейшее развитие дискурса.

Помимо издания собственных статей и монографий, чиновники в сфере внешней культурной политики участвуют в таком важном явлении политической жизни, как дискуссии на уровне специализированных комиссий. В связи с этим, доклады по вопросам реформирования культурно-лингвистической политики Франции, представляемые, в частности, Национальной Ассамблее, стали крайне ценными источниками для данного исследования. Среди них можно выделить Доклад Ива Дожа в 2001 году[[13]](#footnote-14), который обозначил кризис традиционной модели культурно-лингвистической политики Франции и внес предложения по ее реформированию. Также важным источником для исследования стали работы бывшего министра иностранных дел Франции Юбера Ведрина[[14]](#footnote-15).

Вопросы внешней культурно-лингвистической политики и глобализации культуры также разрабатывались французскими исследователями разных сфер гуманитарного знания. Среди них Мари-Кристин Кесслер[[15]](#footnote-16), Франсуа Рош[[16]](#footnote-17), Юлия Кристева[[17]](#footnote-18). Большой пласт источников составляют критические доклады французских аналитических центров, таких как Французский институт международных отношений[[18]](#footnote-19), фонд Жака Жореса[[19]](#footnote-20), фонд iFRAP[[20]](#footnote-21), а также исследовательского отделения Министерства культуры и коммуникаций[[21]](#footnote-22).

Особый интерес для данного исследования представляют работы, основанные на изучении опыта осуществления культурной политики в отдельной стране мира. Чаще всего такие исследования основаны на личном опыте и поэтому содержат предложения по улучшению работы в конкретном регионе, учитывая его потребности. Вместе с тем, опыт отдельных стран в таких исследованиях вписывается в более широкий контекст внешней культурной политики Франции. Особенно ценными для данной работы стало исследование Даниэля Вероника об особенностях работы лингвистического атташе на примере Колумбии[[22]](#footnote-23), Рафаэля Мазюра о специфике функционирования культурных институтов в странах франкофонной Африки[[23]](#footnote-24), а также Кристофа Премата, рассматривающего транформацию модели культурного центра на примере Стокгольма[[24]](#footnote-25). Кроме того, полезным источником стали аналитические публикации французского специалиста по межкультурному менеджменту Бенжамина Пелетье[[25]](#footnote-26).

В процессе работы также были широко задействованы статьи во французских периодических изданиях таких как “Монд[[26]](#footnote-27)”, “Либерасьон[[27]](#footnote-28)”, “Фигаро[[28]](#footnote-29)”. Освещенность внешней культурной политики Франции в прессе свидетельствует о ее важном месте в общественной дискуссии страны.

Поставленные задачи обуславливают следующую **структуру** работы:

В первой главе будут рассмотрены особенности формирования модели внешней культурно-лингвистической политики Франции.

Во второй главе речь будет идти о конкретных формах и механизмах, используемых Францией для продвижения собственного языка и культуры в рамках сложившейся модели.

В третьей части речь пойдет о трансформации парадигмы культурно-лингвистической политики в контексте изменяющейся международной среды.

# Глава 1

## 1.1 Внешняя культурная политика государства в современных условиях.

Внешняя культурная политика государства в современном мире – сложное явление, лежащее на пересечении международных отношений, культурологии, а также теорий коммуникации.

В качестве методологической базы исследования обратимся к классификации

подходов “к определению культурной составляющей внешнего имиджа государства”, выявленными в статье с одноименным названием российскими исследователи Д.П. Шишкиным и Н.Н. Журавлевой[[29]](#footnote-30) перегруппировав на основании подхода к определению основного критерия в формировании внешней культурной политики.

- Критерий культуры

Культурный детерминизм: в соответствие с этим подходом, культура страны, ее историческое наследие имеют центральное значение в жизни общества, ‘детерминируя” ее. Таким образом, культура воспринимается как национальное богатство, она первична по отношению к политике. Внешняя культурная политика строится на том убеждении, что только грамотно представляя свою культуру можно добиться адекватного восприятия своей страны за рубежом.

Компенсаторский подход: “Данный подход мы связываем с наличием у культурной составляющей внешнего имиджа государства особой функции, которую мы назвали компенсаторной”[[30]](#footnote-31). В соответствие с этой точкой зрения, деятельность государства по распространению своей культуры связана с желанием компенсировать ослабление в других сферах: экономической, политической, социодемографической, а также в свете обострения политико-дипломатических отношений с другой страной. Культура способна создать позитивный и привлекательный образ страны за рубежом, поэтому она используется как в качестве политического средства для решения определенных внешнеполитических задач. Рассуждая в этой логике также можно вспомнить о работах Р.Ная, разрабатывающего понятие “мягкой силы”, которая сопровождает аргументы “жесткой силы” во внешней политике государства[[31]](#footnote-32). Возвращаясь к компенсаторскому подходу, отметим, что он предполагает и обратный эффект: стремление “выровнять” экономическое и политическое влияние с международным престижем национальной культуры.

- Критерий политической стратегии

Культурный империализм. Исходя из этого подхода, между распространением своей культуры и расширением международного влияния государство ставит знак равно. “Международные отношения в области культуры служат усилению “величия” тех государств, которые в них участвуют. Устанавливается прямая связь между “глобальным” рангом нации и распространением в мире ее культуры”[[32]](#footnote-33). Агрессивное продвижение страной ее внешнеполитических интересов приводит также и к экспансии ее культуры. При этом распространение культурных ценностей сопровождается определенной идеологией.

В современных условиях культурному империализму, который чаще всего связывают с “глобальной американизацией” и “униформизацией” культуры противопоставляется мультикультурный подход.

Мультикультурный подход связан с принятием ЮНЕСКО декларации о культурном многообразии. Таким образом, был создан международный правовой режим защиты культурного и языкового многообразия, способствование диалогу культур. Культурное разнообразие при этом поддерживается защитой национальной культурной специфики отдельных стран. Таким образом, рассматривая внешнюю культурную политику с позиций мультикультурализма, можно вывести, что цель продвижения своей культуры в мире – это желание сохранить свое культурное многообразие и, таким образом, препятствовать опасной стандартизации во всех сферах жизни.

- Внешняя культурная политика как решение коммуникационной задачи

Маркентинговый подход: применение маркетинговой лексики к сфере распространения национальной культуры за рубежом связан с необходимостью оценить роль и характер коммуникационных задач, которые ставятся государством. “В основе любой политики по продвижению лежит информационное взаимодействие или коммуникация”[[33]](#footnote-34). При этом рассматриваемая с позиций маркетинговых коммуникаций, внешняя культурная политика рассматривается с позиций удовлетворения потребностей “потребителя”, то есть исходит из принципа экономической и политической (прямой или косвенной) целесообразности.

Следующий подход, выделяемый авторами и названный ими дипломатическим, - понимание культуры как зоны мира и стабильности.

Постепенно, с развитием средств массовой информации и Интернета, усиление коммуникационных связей, а также за счет существования исторических и культурных предпосылок, в мире можно выделить несколько цивилизационных зон. Чаще всего такое группировка происходит на основе языка. Таким образом, внешняя культурная политика направлена в основном на поддержание стабильности этой системы, препятствию потери сложившейся зоны влияния, отвоевыванию позиций. Внутренние коммуникации при этом мало направлены на интеграцию с более широким миром. Общение с “внешним” миром сводится к призывам вступить в эту определенную культурную зону.

Кроме того, при анализе организации внешней культурной политики, важным вопросом является соотношение роли государства и частных агентов. В соответствие с классификацией предложенной Франсуа Рошем[[34]](#footnote-35), модель внешней культурной политики может быть “дирижсткой” c определяющей ролью государства; либеральной, когда государство не вмешивается в культурный обмен; а также смешанной, когда руководящая роль государства сопровождается деятельностью частных агентов.

## 1.2. Анализ основных черт внешней культурной политики Франции

Выделенные подходы помогут нам обозначить основные особенности французской модели культурно-лингвистической политики на современном этапе. Во всех выделенных сферах французская культурно-лингвистическая политика амбивалентна и это связано со многими историческими факторами, сопровождающими ее формирование.

- Культура или политические интересы?

Французы любят свой язык и ревностно относятся к нему. Не случайно Франция является страной богатейшей словесной культуры: языком во Франции наслаждаются, его смакуют, играют словами – “joie de la langue” – радость, наслаждение языком – неразрывно связано с “joie de vivre”. Французская культура не мыслится в отрыве от языка.

Но если мы пойдем хотя бы немного дальше, например, если скажем, что помимо эстетических и выразительных качеств, французский язык традиционно воспринимался как язык интеллектуальной деятельности, язык, обладающий уникальными характеристиками, способствующие структуризации мысли, ее точности, то уже натолкнемся на определенное политическое программирование. Рассуждая о важности французского языка и культуры для французов, невозможно продвинуться далеко, не принимая во внимание их политического значения. Французский язык–неотъемлемая часть национальной идеи, ведь изначально с его распространением (как внутри самой Франции, так и за рубежом) связывалось становление и укрепление французской нации. Так, в 1539 французский король Франциск I издал ордонанс, закрепляющий использование французского языка вместо латинского в официальной документации, что свидетельствовало о желании утвердить собственную национальную и культурную идентичность. В дальнейшем политическая функция языка только усиливалась, вызвано это было процессами национального строительства в Европе XVI –XVII веков.

Французская Академия с самого своего основания в 1635 году вела целенаправленную работу по стандартизации языка, стремясь сделать его более точным, ясным и статичным (идеалом была латынь)[[35]](#footnote-36). В результате кропотливой работы по фиксированию правил синтаксиса и лексической нормы (то, что составило так называемые правила “Bonne Usage”) было объявлено, что французский – идеален в качестве языка, описывающего объективную реальность, то есть для научного формулирования естественных и человеческих законов[[36]](#footnote-37). Этот факт заставляет думать о французском как об универсальном языке. Так в 1784 выходит трактат Ривароля “Рассуждения об универсальности французского языка”, где, он, в частности замечает: “Другие языки были бы способны передавать и предсказания оракулов, наш же язык дискредитировал бы их.”[[37]](#footnote-38)

Создание Французской Академии не только укрепило роль языка в качестве формирования государственной идеологии, но также установило важную связь между государством и интеллектуальной элитой.

Последующая эпоха правления Людовика XIV (1643 – 1715) консолидировала эту связь: королевский двор стал местом сосредоточения художественной и культурной элиты. Во многом этот феномен объясняет распространение французского языка в качестве языка европейской знати[[38]](#footnote-39). Культурный аспект традиционно является неотъемлемой частью французской внешней политики. Теснейшая связь между инструментами твердой и мягкой силы во французской внешней политике просматриваются уже со времен Людовика XIV, когда характер влияния Франции в мире носил двойственный характер: с одной стороны, это была крупнейшая военная держава с централизованной политической властью, с другой – страна с блестящей культурой, с особой творческой средой.

Эпоха Просвещения и связанное с ней возвышение французской общественной мысли, философии, искусства утвердили восприятие Франции как носителя универсальных гуманитарных ценностей.

Кроме того, возросшее политическое влияние Франции, а также распространение принципов французской дипломатической школы в качестве универсальных способствовали закреплению за французским статуса языка политики и дипломатии. Таким образом, французский язык получил широкое распространение во всем мире.

Как видим, закрепление в сознании французов убежденности в исключительности, даже превосходстве их культуры неразрывно связано с политическим и экономическим становлением Франции.

Распространение языка понимается как распространение влияния Франции.

После Великой французской революции французский язык стал также мыслиться в качестве языка-выразителя универсальных демократических ценностей Республики[[39]](#footnote-40). В этот период Франция ощущает себя носителем важнейших гуманитарных ценностей и развитой культуры и видит своей целью их распространение по всему миру. Эти идеи проглядываются уже в эпоху революционных войн начала XIX века, являясь в некотором роде обоснованием применения военной силы (к вопросу о сочетании мягкой и твердой силы во французской внешней политике)[[40]](#footnote-41).

В XIX веке формируется Вторая французская колониальная империя. Масштабы ее распространения позволяют говорить об особом мире франкоязычных народов – о франкофонии.

Термин франкофония был изобретен французским географом Онезимом Реклю, изучавшего французскую колониальную экспансию[[41]](#footnote-42). Под термином франкофония он понимал совокупность стран и народов, говорящих на французском языке[[42]](#footnote-43). Французский язык, при этом выступал средством распространения в отсталых странах передовой французской цивилизации.

Приблизительно в это же время возникает и термин “rayonnement”. Значение "позитивное влияние" это слово приобретает в этот же период (что, как замечает в своей статье Бруно Пелетье, можно проследить по определению этого слова в словарях Французской Академии[[43]](#footnote-44)), то есть оно неразрывно связано с колонизацией Африки и той "цивилизаторской" деятельностью, которую Франция вела на подвластных ей территориях. Распространение французского на территории Африки происходило достаточно жесткими методами, в частности через запрет использования своего родного языка. Французский при этом представлялся как окно в развитый мир. [[44]](#footnote-45) Тем не менее, идея “rayonnement” работала и в обратном направлении, обосновывая для самих французов необходимость “нести цивилизацию” на другие континенты.

Развиваясь в неразрывной связи с политическими и экономическими факторами, культура ассоциируется с жизнью французского общества в целом, поэтому воспринимается как основная его характеристика.

Между тем, уже после Первой мировой войны ситуация начинает меняться. В этот момент США отходит от политики изоляционизма и начинает наращивать влияние в Европе, в том числе и в сфере культуры. После Второй мировой войны расширение влияние США начинает приобретать характер культурной экспансии.

Кроме того, после окончания войны начинает распадаться французская колониальная империя, тогда как экономика Франции после войны оказалась полностью разрушена.

Именно после войны начинается складываться та система, которую мы понимаем, говоря о французской культурной сети: по всему миру открываются культурные центры, курсы французского языка. Расцвет культурной сети связан не только с энтузиазмом Франкофонии, но и с значительным вниманием, которое уделяется развитию двусторонних культурных отношений. Культурная сеть пользуется значительной финансовой поддержкой государства, политика которого направлена на распространение (diffusion) французского языка. Французские центры, открывавшиеся в разных странах, становились настоящими домами культуры. В них проходили встречи, показы кино, на их основе организовывались фестивали и конференции, артистический обмен– то есть все то, что можно объединить названием “манифестаций культуры” (manifestation culturelle). Культурные центры имели свои библиотеки, а затем и медиатеки, которые являлись не только удачным местом для занятий, но также витриной французской аудиовизуальной и печатной продукции. Во многих странах, где открывались французские культурные центры – речь идет о развивающихся странах – они являлись одним из немногочисленных явления такого рода[[45]](#footnote-46).

Складываются методы обучения французскому языку за рубежом. Преподавание французского за рубежом становится организованной деятельностью: французский как иностранный язык становится целым комплексом, связанным с разработкой дидактических и методических материалов, организации обучения преподавателей, как среди носителей, так и в странах, в которых открывались центры.

Сложилась французская культурная сеть. При этом, 50% всех культурных центров приходилось на Европу. Рекордное количество французских культурных институтов приходилось на Западную Германию, в которой к 2000 году работало 19 из 43 институтов, приходящихся на Евросоюз. В значительной степени сеть культурных институтов была представлена в бывших африканских колониях Франции– 10 %.[[46]](#footnote-47)

Таким образом, активизация внешней культурной деятельности Франции после войны связана с основными политическими и экономическими вызовами, которые возникли перед страной: восстановление экономики и стабилизация ситуация в Европе, прежде всего, в том, что касалось отношений с Германией; поиск своего места в складывающейся биполярной системе; решение колониального вопроса.

- Культурный империализм или мультикультурализм?

Описанные факторы демонстрируют, что распространение французского языка и культуры изначально носило мессианский характер, основанный на признании превосходства и универсальности своей культуры. Действительно, термин “rayonnement”, понимаемый в XIX веке как сияние Франции в пространстве зависимых от нее территорий переместился и на более широкую сферу внешней культурно-лингвистической политики середины XX века. Распространение французского языка подчинялось логике одностороннего распространения, что, с одной стороны, позволяет говорить об организованном культурном империализме. Тем не менее, с другой стороны Франция способствует развитию международного культурного обмена, создав в 1922 Французскую организацию артистического действия[[47]](#footnote-48) С его помощью, в частности, Франция способствует развитию творческого производства в развивающихся, в первую очередь, франкофонных странах.

Одновременно Франция проявляет все более явное неприятие широкой культурной экспансии США и либеральной глобализации. Этот мягкий конфликт между двумя культурными моделями привел к появлению во французском внешнеполитическом дискурсе идеи о необходимости поддержки культурного и языкового многообразия в мире, как модели культурной адаптации к явлениям глобализации[[48]](#footnote-49). Появление во французском внешнеполитическом дискурсе идеи культурного разнообразия (diversité culturelle) в начале нового тысячелетия[[49]](#footnote-50) имеет свои предпосылки. Все началось с Уругвайского раунда ГАТТ/ВТО в 1993 году, в ходе многосторонних переговоров по либерализации международной торговли. Франция, желая защитить собственные культурные индустрии, в первую очередь, кино, добивалась включения положения о культурной исключительности (exception culturelle). США же, напротив, считали, что исключений для либерализации быть не должно и обмен в сфере культуры должен быть свободным[[50]](#footnote-51).

В связи с этим французам необходимо было найти какую-то новую основу для дискурса, для оправдания своей деятельности. Идею культурной исключительности заменило культурное многообразие. Франция в значительной степени способствовала тому, что этот принцип был закреплен в декларации ЮНЕСКО, что оценивается французами в качестве серьезной дипломатической победы[[51]](#footnote-52), потому что в итоге, исключение для культуры удалось внести в соглашение ГАТТ. С тех пор на принципе культурного разнообразия и диалога культур строится вся риторика, сопровождающая внешнюю культурно-лингвистическую политику Франции.

Мы еще вернемся к этому принципу, когда будем говорить о механизмах распространения французского языка за рубежом. Несмотря на то, что принцип культурного разнообразия противоречив уже потому, что был принят для защиты национальных экономических интересов, его нельзя рассматривать исключительно в качестве “Троянского коня” с помощью которого Франция продвигает свою культуру и язык. На основе принципа культурного разнообразия развивается множество проектов сотрудничества. Речь о некоторых из них также будет идти позже.

- Государство или частные агенты?

Из того, что мы видели раньше, можно сделать вывод, что культура традиционно является неотъемлемым элементом французской внешней политики. Отсюда – центральная роль государства в деле определения целей внешней культурной деятельности, а также контроль за ее реализацией. Центральная роль во внешней культурной политике Франции принадлежит Министерству иностранных и европейских дел, традиционно именуемому по месту его расположения в Париже – Кэ д’Орсэ, а конкретнее, его специализированному департаменту по делам глобализации, развития и сотрудничества. (La direction générale de la mondialisation, du développement et des partenariats). Франция обладает одной из самых широких сетей дипломатических представительств по всему миру: их насчитывается 163.[[52]](#footnote-53) В 161 из них есть специальное подразделение, занимающееся вопросами культурного сотрудничества (Services de coopération et d’action culturelle )[[53]](#footnote-54).

Этот департамент призван развивать культурное сотрудничество с местной властью, а также разрабатывать долгосрочные цели своей работы. Традиционно, департамент по культурному сотрудничеству опирается на культурную сеть Франции – на культурные центры, сеть Альянс Франсез, а также учреждения среднего образования. Работа этих организаций, а также постепенная трансформации описываемой модели, проявившаяся в недавних реформах французской культурной сети, будут описаны во второй главе работы.

На данном этапе важно понять, что, по сути, Франция обладает двойной культурной сетью: если культурные центры (или Французские институты, созданные в 2010-2011 году) управляются государством и изначально открываются в соответствии с осознанием целесообразности развития культурного сотрудничества на конкретной территории[[54]](#footnote-55), то Альянс Франсез – это общественная организация, которая функционирует в соответствие с нормами местного права[[55]](#footnote-56). Таким образом, открытие Альянс Франсез изначально подчинялось несколько иной логике.

Если мы сравним карты распространения Альянс Франсез и культурных институтов, то получим интересные результаты: при приоритете Европы и Африки для обоих институтов, Альянс Франсез также широко представлена в США (тогда как культурных центров там почти нет), и в Азии. Альянс Франсез, таким образом, в большей степени отражает интерес к французской культуре, спрос на нее. Чтобы открыть получить право открыть организацию под лейблом Альянс Франсез, необходимо представить тщательное исследование аудитории, заинтересованной в предлагаемых услугах. Сеть культурных центров, управляемая государством, поэтому зачастую имеющую доступ к большим ресурсам а также возможностям для сотрудничества с местными властями, в большей степени отражает те приоритеты, которые складывались после Второй мировой войны, то есть, в большей степени связано с политическими мотивами распространения культурного влияния.

Таким образом, можно констатировать, что с одной стороны, две разные сети французской внешней культурной политики с одной стороны взаимодополняют друг друга, но с другой приводят к некоторым сложностям, связанными с управлением культурной сетью.

Помимо культурных центров ( с 2010-2011 французских институтов) министерство иностранных дел опирается на следующих исполнителей:

Агентство по французскому образованию за границей – организация, обеспечивающая работу сети учреждений дошкольного и школьного образования по всему миру.

CampusFrance – организация созданная с целью представления французского высшего образования на международной арене[[56]](#footnote-57).

TV5 – телевизионная сеть каналов, осуществляющая международное вещание на французском языке[[57]](#footnote-58).

Кроме организаций, получающих финансирование непосредственно от государства, на цели внешней культурной политики работает большое количество неправительственных организаций, занятых в сфере образования, преподавания французского языка, информационных технологий.

Примером может выступать, международная федерация преподавателей французского языка – негосударственная международная организация, объединяющая 70 000 преподавателей французского языка по всему миру и разрабатывающая методики преподавания[[58]](#footnote-59).

Кроме того, большое количество проектов реализуется при участии других министерств (В первую очередь, Министерства Культуры и Коммуникаций, а также Министерства Образования), а также специализированных государственных организаций.

Примером может выступать, международный центр педагогических исследований – государственная организация, которая занимается международными проектами в сфере образования[[59]](#footnote-60).

В последнее годы Франция также развивает механизмы государственно-частного партнерства в сфере культуры. Первым шагом к этому стало снижение налогов для тех компаний, которые участвуют в финансировании культуры[[60]](#footnote-61).

В осуществлении внешней культурной политике Франция также опирается на международные организации в сфере культуры ( в первую очередь, ЮНЕСКО), а также на организации по сотрудничеству в культурной сфере Европейского союза[[61]](#footnote-62).

Однако самой главной опорой в деле распространения французского языка на международном уровне выступает организация Франкофонии.

Здесь нужно сделать оговорку: часто внешняя культурная политика Франции и Франкофония используются в качестве синонимов. Это отчасти правильно, если понимать франкофонию как франкоговорящий мир, а деятельность Франции, при этом, как направленную на укрепление расширение этого социокультурного пространства.

В соответствии с отчетом “французский язык в мире” 2010[[62]](#footnote-63), франкофонами (к ним относят всех, кто умеет читать и писать по-французски) являются 220 миллионов человек, проживающих на пяти континентах, для 125 миллионов из которых французский –первый язык. При этом отмечается увеличение распространения французского языка на африканском континенте (Ожидается, что через 40 лет на французском языке в Африке будут говорить 500 миллионов человек).

Тем не менее, международная организация Франкофонии явление гораздо более сложное. Внешняя культурная политика Франция опирается на Франкофонию, но ей не ограничивается. Точно также как и Франкофония опирается на поддержку Франции, но во многом развивается в соответствие с собственной динамикой. Динамика эта определяется интересами африканских стран, которые стремятся представить Франкофонию как платформу для диалога между развитым и развивающимся миром; канадским Квебеком, для которого Франкофония является важным инструментом международного влияния; франкоязычными меньшинствами, борющимися за свои права в разных странах мира.

Агентство (позже – организация) Франкофонии было создано в 1970 году с целью сплотить страны на основе общности языка – французского.

В организации Франкофонии можно выделить три типа стран:

1. Те, для которых французский является родным языком (Франция с заморскими департаментами и территориями, 6 кантонов Швейцарии, часть Люксембурга, Валлония а также франкоязычная часть Брюсселя в Бельгии, провинция Квебек в Канаде)
2. Страны, в которых французский является языком администрации и на котором ведется образование: к ним можно отнести бывшие французские колонии в странах Тропической Африки.
3. Страны, где французский является языком культуры (Армения, Болгария, Румыния, бывшие колонии Франции в Азии).

Процесс создания организации начался после обретения независимости французскими колониями в Африке, поэтому изначально для Франции организация была инструментом, позволившим сохранить свое влияние в регионе, то есть отвечала целям ее внешней политики. При этом, позиционируя сотрудничество как основанное на общности языка, члены организации отрицали какую-либо связь их деятельности с колониальным прошлым. Тем не менее, тот факт, что организация объединяет страны, в первую очередь, дружественные Франции, не вызывает сомнений. К примеру, франкофонный Алжир в Организацию так и не вошел. Поэтому рассматривать Франкофонию исключительно как организацию культурно-лингвистического сотрудничества нельзя. Политическая составляющая становится все более заметной: Франкофония стремится расширить свой мандат на экономическую, правовую, социальную сферы. В данной работе организация Франкофония будет рассматриваться с двух основных позиций:

Во-первых, в свете того, что страны Франкофонии являются для Франции привилегированной сферой сотрудничества[[63]](#footnote-64), а значит, является основным направлением ее внешней политики.

Во-вторых, будет рассматриваться деятельность Франкофонии, связанная с распространением французского языка и защиты принципа культурного многообразия, причем, по возможности, в той степени, в которой Франция на эту деятельность опирается.

Таким образом, мы видим, что роль государства в осуществлении внешней культурной политики Франции является центральной. Тем не менее, в данном поле деятельности также действуют частные организации.

В своей деятельности государство стремится опираться на широкие сети профессиональных организаций, представленных как неправительственными организациями, специализированными агентствами, а также СМИ и представителей бизнес сферы. Таким образом, внешняя культурная политика – это не только сфера ответственности государства, но и особая профессиональная сфера.

- Коммуникационное пространство распространения: глобальный мир или французский мир?

Как мы помним, изначально логика распространения французского языка и культуры подчинялась идее трансляции французских идей в пространстве французского мира и была рассчитана на укрепление связей в определенном географо-лингвистическом пространстве, которое также имеет важное экономическое значение. При этом Франции в данной системе была отведена центральная роль, что выражается в идеи “rayonnement”.

 Принадлежность к одному лингвистическому пространству рассматривается как основа возникновения таких отношений. Продвижение языка и культуры и продвижение экономических интересов для Франции взаимообусловлены.

Так, находим довольно жесткие формулировки Альянс Франсез,

относящиеся к концуXIX веку, то есть к началу деятельности этой организации:

“Французский язык привносит с собой и французские привычки

Французские привычки вызывают спрос на французские товары

Тот, кто знает французский, становится клиентом Франции”[[64]](#footnote-65)

В некотором смысле, политика продвижения французского языка и культуры ориентирована на сохранение “статуса кво” французского языка, то есть того его положения, которое сложилось в отличных от настоящих политических и экономических условиях. Мы постараемся проиллюстрировать данное утверждение, когда будем говорить о механизмах воздействия на статус французского языка.

Тем временем, в конце XX – начале XIX века соотношение сил в мире и сам характер взаимодействия между государствами начинает меняться. В эпоху глобализации те страны, которые не участвуют в международном обмене знаниями, а также не участвуют в революции средств коммуникации рискуют оказаться на периферии международных отношений. От культурно-лингвистической политики, как от инструмента повышения влияния Франции за рубежом требуется способность к адаптации к данным процессам. С желанием придать культурно-лингвистической политике большей гибкости в новых условиях связаны относительно новые инициативы, о которых речь пойдет дальше.

Мы обозначили основную специфику французской внешней культурно-лингвистической политики, то есть, какие факторы моделируют деятельность по распространению французского языка в мире. Далее мы более подробно остановимся на ее конкретных формах и механизмах.

# Глава 2

## 2.1 Формы и механизмы французской внешней культурно-лингвистической политики в их взаимосвязи.

Под разными формами осуществления культурно-лингвистической политики мы будем понимать разные подходы и способы продвижения языка, в зависимости от специфических целей на разных уровнях продвижения. Механизмами мы будем называть конкретный инструментарий осуществления политики распространения языка и культуры за рубежом.

Культурно-лингвистическая политика Франции развивается на двух уровнях: многостороннем, который предполагает, в первую очередь, распространение французского языка в международных организациях; двустороннем, то есть на уровне отношений с отдельной страной. Несмотря на то, что стратегии на этих уровнях отличаются друг от друга, имеют специфические черты, все же, можно выделить общие закономерности:

Прежде всего, как уже отмечалось, культурно-лингвистическая политика во Франции – ответственность государства, неотъемлемый элемент общей внешнеполитической стратегии. Внешняя культурная политика координируется Министерством иностранных дел Франции и осуществляется, главным образом, через сеть специальных агентов, которые могут специализироваться на каком-либо из отдельных, так и работать на обоих уровнях. Государство, при этом, не только формулирует цели, но и в значительной степени контролирует деятельность агентов, ответственных за их непосредственную реализацию, то есть согласовывает механизмы соответствующей деятельности.

Как мы могли заметить ранее, важнейшим вспомогательным механизмом распространения французского языка и культуры за рубежом является определенная идеологическая составляющая, связанная с подчеркиванием бесспорных преимуществ французского языка и даже его превосходства.

В последнее время, продвижение французского языка рассматривается в контексте поддержки многоязычия и культурного многообразия. Таким образом, распространяя свой язык, Франция просто-напросто действует в своей зоне ответственности и выполняет свою часть работы. Как мы видели ранее, несмотря на признание принципа культурного многообразия на международном уровне считается блистательным дипломатическим успехом Франции, новой риторике, предполагающей приоритет диалога культур, приходится сожительствовать с традиционными, “эгоистическими” формулировками.

Основными формами распространения французского языка и культуры на обоих обозначенных уровнях является, во-первых, воздействие на статус французского языка либо в международном и региональном контексте, либо в пределах отдельно взятого государства дипломатическими методами, во-вторых, пропаганда изучения французского языка в конкретных странах, опирающееся на сеть специальных учебных учреждений, а также частных издательств.

Характерной чертой также является интегрирующая роль такого механизма распространения культурного влияния, как международные франкофонные СМИ. Интегрирующей постольку, поскольку именно СМИ делают усилия большого числа агентов, связанных с распространением французского языка, более согласованными. Для целей французской внешней политики используются как традиционные СМИ (телевидение, радиовещание), так и “новые” СМИ, связанные с использованием интернет пространства. Далее мы постараемся более подробно продемонстрировать то, каким образом франкофонные СМИ интегрируют черты, свойственные работе на обоих уровнях: как с одной стороны, с их помощью обеспечивается трансляция взгляда франкофонных государств на события в мире, таким образом, представляя их в качестве важного игрока на международной арене, и как с другой, СМИ способствуют повышению интереса к французскому языку и культуре в различных странах и даже демократизируют доступ к их изучению.

Рассмотрим специфику культурно-лингвистической политики на каждом из уровней.

## 2.2 Многосторонний уровень осуществления культурно-лингвистической политики

Французский язык – это не только национальный язык Франции, не только язык общин во многих странах мира, не только средство межэтнического общения в Африке. Он также остается одним из языков дипломатии и международных организаций, то есть является языком международного значения. После Второй мировой войны позиции французского языка в этом качестве все более ослаблялись. Если раньше международные документы составлялись преимущественно на французском, то сейчас в этой, как и во многих других проявлениях международной жизни, очевидно преобладание английского.

Острое неприятие французами вытеснения их языка из международной жизни выразилось в культурной внешней политике, а также сопровождающем ее дискурсе.

 Потеря статуса французского языка на международном уровне воспринимается как потеря интеллектуального влияния, а значит политического веса Франции. Именно поэтому политика защиты французского языка в международных организациях приобрела несколько агрессивный характер. Слово “защита” (défense) здесь не случайно, потому что, в соответствие с соответствующим дискурсом, который также является определенным механизмом культурной политики, французы именно защищают, обороняют свой язык. Распространение английского языка – заявляют французские политики и представители общественности[[65]](#footnote-66) – это распространение универсального способа мышления. Униформизации Франция противопоставляет все тот же принцип культурного многообразия и многоязычия. Раньше уже упоминалось об определяющем значении принципа культурного многообразия для современной французской внешней культурной политики.

Основным проводником этого принципа и опорой Франции в деле отстаивания международных позиций является организация Франкофонии.

В частности, с организацией Франкофонии неразрывно связана деятельность, связанная с воздействием на статус французского как языка международного общения.

Франкофония активно способствовала включению этого принципа в норму международного права через принятие соответствующей декларации ЮНЕСКО. Этому предшествовала активная работа в рамках самой организации, которая в 2002 году приняла Бейрутскую декларацию, в которой впервые появлялись призывы к защите культурного многообразия и многоязычия в планетарном масштабе[[66]](#footnote-67).

"Мы подтверждаем нашу волю, - отмечалось в Бейрутской декларации, - не позволить причислить культурные произведения и услуги к рангу обычных товаров. Мы подтверждаем право государств и правительств свободно определять свою культурную политику и инструменты для ее реализации. Мы выражаем решимость достигнуть подтверждения этих положений на различных международных форумах. Мы считаем, что в современных условиях сохранение культурного многообразия требует воздержаться от всякого намерения по либерализации в области культурных товаров и услуг в рамках ВТО, чтобы не подорвать эффективность инструментов, призванных распространять и поддерживать культурное многообразие".[[67]](#footnote-68)

Если изначально, за продвижением принципа стояло желание Франции защитить национальную производство в сфере культуры, то сегодня на основе этого принципа строятся стратегии повышения влияния французского языка в международных организациях:

В 2006 на саммите в Бухаресте организацией Франкофонии был принят “Вадемекум по использованию французского в международных организациях.[[68]](#footnote-69)”, а в 2011 “Практическое руководство по применению Вадемекума”а также организованы встречи с франкоговорящими представителями, в частности в таких организациях, как ООН и Африканский союз.

Эти документы декларируют общие позиции франкофонных стран по вопросам использования французского в международных организациях. В первую очередь, декларируется личная ответсвенностьфранкофонных дипломатов и функционеров: они должны говорить по-французски в тех организациях, где он является официальным. Кроме того, в документе обозначается требования соблюдать принципы многоязычия, в частности путем обязательного и своевременного перевода.

Страны-франкофоны также выступают за то, чтобы владение несколькими рабочими языками той или иной организации было основным критерием набора персонала.

С 2002 года организация Франкофонии в сотрудничестве Францией и франкофонными странами Европы начали организовывать специальные курсы для дипломатов и чиновников. В рамках этого обучения слушатели изучают французский язык в сфере дипломатии и международных отношений, международных переговоров, дипломатического протокола, техники билатерального перевода, редактирование административных дипломатических документов. Также предоставляются стажировки в языковой среде. [[69]](#footnote-70) С правительством принимающей страны подписывается меморандум о сотрудничестве. Так, в 2006 году в рамках подготовки чешских функционеров к председательству в Евросоюзе был подписан  “Меморандум реализации программы обучения французскому в администрации Чешской Республики”[[70]](#footnote-71). При этом большая часть финансирования проекта поступает от Организации Франкофонии.

Эта программа также соотносится с мерами Франции по распространению французского языка в “расширенной” Европе.

Тем не менее, если раньше программа была ориентирована только на Европу, то постепенно программа начала распространятся и на другие страны (в основном это члены, либо наблюдатели организации Франкофонии, так как для проведения таких курсов необходимо соглашение с правительством страны, а значит общая мотивация). С конца марта 2013 года, программа начала работу во Вьетнаме.[[71]](#footnote-72)

Программа является успешной. По данным Министерства иностранных и европейских дел Франции, с 2002 года французским овладели 60 000 функционеров и дипломатов.[[72]](#footnote-73)

Другое важное направление французской культурно-лингвистической политики – статус французского в институтах Евросоюза.

Лингвистический режим Европейского сообщества был закреплен специальным регламентом 1958 года[[73]](#footnote-74). На сегодняшний день, в Европейском союзе 23 официальных языка, 3 рабочих языка (английский, французский, немецкий), 2 языка для постоянного использования (английский и французский).

Несмотря на то, что в ряде европейских институтов французский все еще сохраняет одну их ключевых ролей, наблюдается общее снижение его использования. Наблюдается сокращение использования французского языка для составления официальной документации. Этот показатель упал с 40% в 1990 до 6%. Пресс-конференции Европейской комиссии проходит на английском, тогда как раньше для этого использовался французский.

Европейское агентство по внешней политике также преимущественно использует английский язык, что вытесняет французский с позиций языка дипломатии.

Существуют специальные организации, которые следят за степенью использования французского языка в институтах Евросоюза. Среди них, к примеру, департамент Европа-Брюссель организации защиты французского языка. Также эта организация присуждает премии Ришелье журналистам и работникам медиа, которые выступают за соблюдение статуса французского языка в европейских институтах. Так, в 2010 году такую премию с формулировкой “За защиту использования французского языка в преимущественно англофонной среде европейских институтов.” [[74]](#footnote-75) получил известный журналист, постоянный корреспондент французской газеты Liberation в Брюсселе, Жан Катремер. В 2010 году, являлялся языком, на котором составлялись 75% документов, изданных комиссией, и только 8,32 % были составлены на французском, и только 2,74% - двух других рабочих языков комиссии, тогда как еще в 1997 году доля составляла 45% для английского, 41% для французского и 5% для немецкого.[[75]](#footnote-76) Распространение английского языка в европейских институтах носит прагматический характер. Тем не менее, французы (в большей степени, чем другие страны франкоговорящей Европы) активно подчеркивают, что “главенствующая роль английского языка не является чем-то нейтральным”.[[76]](#footnote-77)Напротив, что доминирование какого-то одного языка означает также доминирование определенного образа мышления. Если с убежденностью французов, что мышление детерминировано языком можно спорить, то с некоторыми другими их аргументами спорить трудно. Например, с тем, что использование английского языка не-носителями приводит к формированию упрощенного варианта этого языка, в силу того, что для большинства чиновников он не является родным. Таким образом, создается ситуация, когда, с одной стороны, большинство чиновников говорят не то, что хотят сказать, а то, что могут, а с другой, носители английского не могут в полной мере использовать свой язык из-за угрозы быть непонятыми.

Так, обсуждая с англоязычной прессой вопрос спасения банковской системы Кипра, председатель Еврогруппы Иерун Дейсселблум на вопрос станет ли план реструктуризации кипрских банков, допускающий потери вкладчиков, "моделью" для решения подобных проблем в будущем, "случайно" дал понять, что да. Дело в том, что министр не правильно понял вопрос, так как журналист, носитель английского языка, в своем вопросе использовал слово "template" - образец, лекало –слово, специфичное для того разговорного варианта английского, которым пользуются в европейских институтах. Голландец Дейсселблум не понял этого слова, и как следствие весь вопрос. Вместо того,чтобы признаться в этом, он пространно ответил, что "если банки берут на себя риски, то должны нести ответственность". Это заявление моментально вызвало негативную реакцию на рынке, после чего председателю Еврогруппы пришлось объяснить это недоразумение.[[77]](#footnote-78)

Французские журналисты буквально собирают подобные случаи[[78]](#footnote-79) таким образом привлекая внимание к языковым проблемам функционирования европейских институтов. Помимо информационного воздействия на ситуацию, Франция старается вводить практические меры, призванные бороться с сокращением распространения французского языка в Европе.

Руководствуясь специальным планом распространения французского языка в Европе и при сотрудничестве с организацией Франкофонии, Франция организовывает специальные языковые программы для чиновников и элит стран- членов Евросоюза.

Говоря о роли французского языка в образовании, невозможно не упомянуть Университетское агентство Франкофонии, основанное в 1961 году. Это агентство является одной из крупнейших в мире университетских объединений: ее сеть насчитывает 782 университета в 98 странах мира. Объединяющим фактором для этих университетов и исследовательских центров является использование французского языка в качестве учебного языка и языка исследований. Агентство является агентом организации Франкофонии и одновременно имеет статусимеет статус международной организации.

Университетское агентство Франкофонии - это не просто международное университетское сообщество, оно также предполагает координацию связей и обмен информацией между университетами. Основным механизмом для этого является разработка специального информационного пространства, сети интранет для университетов сообщества[[79]](#footnote-80) Кроме того, агентство предполагает программы мобильности, возможности получения стипендий.

Университетское агентство Франкофонии стремится распространить французский язык в качестве языка науки и образования.

В первую очередь, вопросы связанные с распространением французского языка в мире тщательно изучаются: различные варианты французского языка, сожительство французского с другими языками на определенных территориях, возможности диалога и обмена между отделениями французского языка университетов мира. Способствование открытию новых отделений французского языка.

Основными бенефициарами такого сотрудничества являются африканские страны, в которых Университетское агентство играет важную роль для развития науки.

Сохранение своего экономического влияния Франция связывает с использованием французского языка на предприятиях, работающих за рубежом.

Французские компании работают в различных регионах мира и это порождает в их среде определенные потребности, связанные с обучением работников французскому языку, тем более если речь идет об индустриях, в которых традиционно развито использование французского, среди них обычно называют банковскую сферу, гостиничный бизнес, энергетику, индустрии косметики и роскоши, электроника, страхование. При этом сохранение привилегированного положения французского в этих индустриях, связанного с функционированием соответствующих французских фирм, связывают с защитой французского языка на этих предприятиях:

“Необходимо побуждать представителей деловых кругов не переходить на другой язык, если в этом нет необходимости: дело не только в патриотизме, но и в отстаивании их интересов.”[[80]](#footnote-81)

Страны-франкофоны имеют значительный вес в мировой экономике, особенно в сфере культуры. В 2008 году доля франкофонных стран в мировом рынке культурных индустрий составил 11,51% [[81]](#footnote-82).

 Интенсивность экономического обмена между странами, использующими французский язык позволяет говорить о “лингвистическом предпочтении” как о факторе, способствующему развитию экономическим отношениям между территориями. Тем не менее, интересы французских компаний в условиях глобализации и возникновения новых перспективных рынков, заставляют ориентироваться на территории, которые не входили в традиционную зону влияния Франции, а значит, лингвистический фактор не является детерминирующим. Так, Франция стремится развивать экономические отношения с Китаем[[82]](#footnote-83).

 Но способна ли внешняя культурная политика Франции, традиционно являющаяся частью экономической дипломатии, меняться в соответствие из изменяющимися условиями? На этот вопрос мы попробуем ответить в 3 главе данной работы.

В современных условиях Франция также прилагает усилия для того, чтобы французский язык играл роль языка информации.

Производство аудиовизуальной продукции - одно из приоритетных направлений культурной деятельности Франции. В первую очередь, конечно, это кино. Именно стремление защитить национальный кинематограф вызвало те споры, которые велись при обсуждении договора ГАТТ, о котором речь уже шла ранее. Мы помним, что дело завершилось внесением в договор “исключения для культуры”. Таким образом, французское кино и его распространение – важнейший компонент французской внешней культурной политики. Франции удалось добиться третьей позиции в мире по производству кинофильмов ( после Индии и США). Неудивительно, что этому направлению уделяется столько внимания. Кинематограф – уникальный способ управления представлениями о стране, о ее имидже. Кино в эпоху массовой культуры – это механизм маркетинга той или иной страны, ее ценностей и норм.

Франция выделяет значительные средства на поддержание “внешней аудиовизуальной деятельности”. В 2008 году бюджетные средства, выделенные на данное важнейшее направление культурной внешней политики Франции, составили 305 миллионов евро. В 2013 сумма составила уже 332,8.[[83]](#footnote-84)

Помимо кинопроизводства, аудивизуальная составляющая распространения французского языка состоит из франкофонных каналов теле- и радиовещания. Самым ярким элементом в этой сети является канал TV5 monde. Созданный в 1984 году, телеканал tv5monde вещает по всему миру. Канал имеет 9 различных зон вещания: Европа, Франция, Бельгия и Швейцария (франкоязычная Европа), Африка, Магриб Ближний Восток, Азия, США, Латинская Америка и Карибские острова, Тихий океан (покрывающий зоны Японии и Океании).TV5 QuebecCanada развивается в партнерстве с группой TV5 monde[[84]](#footnote-85). Таким образом, Сеть франкоязычного tv5 охватывает весь мир. Сетка вещания адаптирована к конкретной территории, в основном программы носят общественно-развлекательный характер, хотя также работает информационная служба.

Информационный канал France 24, напротив, имеет достаточно ограниченную сеть распространения. Канал вещает на трех языках – английском, французском и арабском, в качестве целевой аудитории выступает экономическая и бизнес элита разных стран.

Необходимо отметить, что вещание на других языках, а также субтитры являются относительно новым, еще только осмысливаемым явлением для французской внешней аудиовизуальной деятельности. Дело в том, что

Деятельность медиа, а также развитие информационных технологий является важным элементом повышения международного влияния Франции не только потому, что делает ее видимым игроком в конкурентной сфере международного информационного пространства, но также и потому, что позволяет наладить внутренние механизмы связи и взаимодействия между агентами, занимающимися распространением французского языка и культуры за рубежом. К этому вопросу мы вернемся в следующем пункте.

## 2.3 Двустороннее сотрудничество

Несмотря на активную и многоаспектную деятельность в деле защиты и распространения французского языка на международном уровне, основная работа происходит на уровне двусторонних отношений.

Преподавание французского языка за рубежом является опорой французской культурной дипломатии. Вместе с аудиовизуальной составляющей, преподавание французского в качестве иностранного составляют ¾ , бюджетных расходов на сферу внешней культурной деятельности.[[85]](#footnote-86)

Традиционно под французской культурной сетью (reseau culturel) понимают сеть французских культурных центров, организаций Альянс Франсез, a также учреждений среднего образования[[86]](#footnote-87).

Сеть французских учреждений среднего образования функционирует по всему миру. Обучение в них ведется в соответствии с французскими стандартами. Количество учеников таких школ насчитывает 310 000 человек, 195 000 из которых носители французского языка. Во многих странах французские лицеи пользуются большой популярностью[[87]](#footnote-88).

Сеть французских учебных учреждений, координируемая агентством по французскому образованию за границей пользуется наибольшей финансовой поддержкой государства. В 2013 году она получит 425 миллионов евро[[88]](#footnote-89). В первую очередь, сеть лицеев и колледжей призвана сохранить связь с экспатриированными французами, предоставления их детям услуг в области образования. Тем не менее, дети местной элиты также имеют возможность посещать школы (за значительную плату), поэтому данная деятельность также рассматривается в фокусе распространения культурного влияния среди зарубежных элит.

“Французское образование за рубежом, координируемое AEFE является преимуществом постольку, поскольку позволяет обучать зарубежные элиты и будущих руководителей”.[[89]](#footnote-90)

Как мы уже видели ранее на примере многостороннего подхода к распространению французского языка, ориентированность на элиты становится ключевой чертой французской культурной политики в большинстве стран мира.

В вопросе о культурных институтах, ориентированных на продвижение французского языка среди не-носителей, ключевым вопросом является соотношение между Альянс Франсеза также культурными центрами. Функции этих организаций перекликаются: обе проводят курсы французского языка, организуют культурные мероприятия, имеют медиатеки. Отличие Альянс Франсез, как мы отмечали в первой главе, заключается в ее частном характере. Организация представлена в 146 странах мира, в более чем в 1000 школ обучается около 500 000 студентов[[90]](#footnote-91). С 2001 года Альянс Франсез находятся в договорных отношениях с французским государством, которое помогает центрам с их финансированием. Улучшение финансирования сопровождается ограничениями по дальнейшему распространению: между французскими культурными центрами и Альянс Франсез вырабатываются принципы территориальной взаимодополняемости.

Традиционно, распространение Альянс Франсез отражало частные интересы: их открывали либо экспатриированные французы, либо просто местные любители французской культуры. Нельзя забывать, что тот факт, что изначально Альянс Франсез были вынуждены искать средства самофинасирования, указывают на тесную связь с бизнесом и частными экономическими интересами[[91]](#footnote-92). Альянс Франсез, в отличие от культурных центров, управляемых государством, широко предствалены в США, Азии, а также Латинской Америки. Тем не менее, тот факт, что Альянс Франсез возникали во многом стихийно в разных географических условиях привел к тому, что не существует какой-то универсальной модели Альянс Франсез: где-то они больше похожи на небольшие клубы любителей французской культуры, где-то это действительно важное место культурной жизни города, место где происходит культурные и артистические обмены, на базе которых проводятся фестивали, то есть, по всем критериям, убедительно представляет французскую культуру за рубежом.

Культурные центры, управляемые напрямую государством, напротив, являются сетью институтов с едиными функциями. Финансируемые государством и имеющие гораздо более развитые связи с другими культурными учреждениями, в том числе местными, культурные центры имеют возможность проводить широкомасштабные проекты в сфере культуры: фестивали французского кино, музыки, искусства, праздники французского языка, сезоны артистического обмена. Таким образом, культурные центры являются особым творческим пространством, важным с точки зрения развития двусторонних отношений между общественностью обоих государств.

Тем не менее, французские культурные центры могут открыться только с подачи французского правительства, так как они находятся под управлением Министерства иностранных дел. В основном расположение культурных центров связано с политическими приоритетами государства, при этом устаревшими приоритетами, потому что открытие либо закрытие культурного центра подвержен сложным бюрократическим процессам. Таким образом, внешняя культурная политика не только может переориентироваться на зоны, где на французскую культуру и язык существует спрос, но также не вполне реагирует на меняющиеся политические и экономические условия.

Осознание существующих проблем привело к переосмыслению целей и характера внешней культурной политики Франции и поиска путей по повышению эффективности функционирования французской сети культурных институтов.

В 2010 с целью рационализации управления сетью учреждений, занимающихся культурной политикой и распространением французского языка и культуры было создано агентство l’Institut français[[92]](#footnote-93). Эта организация объединила департаменты культурного сотрудничества с культурными институтами. Надо сказать, что не все департаменты согласились на это, поэтому всего было создано 96 таких Институтов[[93]](#footnote-94)

Примечательно, что несмотря на явную специфику французской культурно-лингвистической политики, выраженной в ее особой роли во внешней политике государства, французы постоянно сравнивают свою культурную внешнюю политику с немецкой и британской. Так, создание Французского Института было связано с надеждой, что Франция будет, наконец, иметь свой собственный Институт Гете и Британский Совет.[[94]](#footnote-95) Говоря институт Гете и Британский Совет, подразумевают, в первую очередь, согласованность действий. Организаций, так или иначе, занимающихся тем или иным аспектом продвижения французского языка достаточно много и часто они дублируют друг друга (как, например, Альянс Франсез и культурные центры) Во-вторых, это желание иметь единый бренд, который объединит усилия поосуществлению культурной политики и таким образом упростит восприятие соответсвующих усилий широкой общественностью. Когда упоминается, к примеру, институт Сервантеса, сразу же понятно о чем идет речь. Тем временем внешняя культурно-лингвистическая политика Франции остается нечитаемой (illisible)[[95]](#footnote-96)

В соответствие с последними изменениями, французские центры, 91 из которых стали в 2011 Французскими институтами[[96]](#footnote-97), вынуждены переходить на самофинансирование. Таким образом, стратегия продвижения языка и культуры в конкретной стране становится преимущественно маркетинговой: институты должны заниматься собственной раскруткой, при этом вступая в определенную конкуренцию, как с частными языковыми школами, так и с культурными центрами других стран, а также искать партнеров для софинансирования. Выходит, что успех продвижения французского языка и культуре в конкретной стране во многом зависит от находчивости директора Института. Также важно учитывать, что создание Французского Института предполагало объединение культурного центра с Департаментом по культурному сотрудничеству и директор Французского института – это советник по культурному сотрудничеству дипломатического представительства Франции[[97]](#footnote-98).

Таким образом, можно констатировать, что в данный момент организация внешней культурно-лингвистической политики переосмысливается. В первую очередь это касается вопросов соотношения участие в ней государства и частного сектора. В 3 главе мы постараемся проанализировать специфику этого процесса.

Тем не менее, несмотря на сложный период в своем развитии, ежедневная деятельность, связанная с продвижением французского языка и культуры в разных странах продолжается. Важную функцию в этом играет языковой атташе. В зоне ответственности такого специалиста – мониторинг качества и распространения преподавания французского языка[[98]](#footnote-99). Атташе выполняет важную роль посредника между принимающим государством и культурной сетью Франции в данной стране. Атташе по французскому языку устанавливают связи с региональными администрациями, с ректорами ВУЗов, организуют курсы повышения квалификации для преподавателей средней школы и университетов, проводят социолингвистические опросы, изучает необходимости, связанные с изучением и преподаванием французского языка. Атташе по французскому языку разбирается в системе образования принимающей страны и работает над совместными инициативами в сфере образования (к примеру, создание двуязычных классов). Помимо этого, атташе по французскому языку участвует в организации фестивалей и других мероприятий, связанных с распространением французского языка[[99]](#footnote-100).

“Атташе по французскому языку– это мультикультурный, многосторонний агент, способный адаптироваться к различным обстоятельствам, связанными с культурным и лингвистическим сотрудничеством”. [[100]](#footnote-101)

Кроме глубокого изучения особенностей принимающей стороны, атташе по французскому языку специалиста способен налаживать внутри самой сети агентов распространения французского языка, налаживать контакты с представителями французского бизнеса и другими соотечественниками. Особенно важное значение функции атташе по французскому языкуприобретают на переходном этапе, связанным с переосмыслением глобальных задач культурной политики, а также механизмов функционирования на уровне конкретного государства. Тем не менее, в связи с кризисом, во многих странах позиции атташе по французскому языку сокращаются, так как такой специалист является дорогим, кроме того он не является карьерным дипломатом, поэтому не вполне определен его статус в системе дипломатического представительства[[101]](#footnote-102). Роль атташе, тем не менее, настолько важна в улучшении качества сотрудничества с принимающей страной, что по тому, есть ли такие специалисты в той или иной стране, можно судить о ее приоритетности для Французской внешней политики.

Помимо организационной деятельности, важным является вопрос содержания – через какой материал осуществляется знакомство с французским языком и культурой.

Как мы уже упоминали ранее, внешняя культурно-лингвистическая деятельность объединяет большое количество профессиональных сообществ.

Разработка методики преподавания французского языка как иностранного и написание учебников занимаются частные издательские дома (Hachette, CLE international, Didier и другие.). Они обеспечивают потребности самой широкой сети культурных центров в мире, а также используются в школьном и университетском образовании, а также на частных языковых курсах.

Важнейшей особенностью преподавания французского языка как иностранного является широкое внедрение в этот процесс мультимедийных технологий, а также производство аудиовизуального сопровождения. Неоценимую роль в этом играю международные франкоязычные СМИ, в первую очередь TV5 monde. На сайте этого телеканала существуют специальные секции[[102]](#footnote-103), призванные помочь каждому желающему в изучении французского языка. При этом разнообразие предлагаемых материалов, а также их качество способствуют тому, что всё больше и больше языковых школ по всему миру использует их на занятиях.

TV5monde представляется очень важным агентом французской культурно-лингвистической политики еще и потому, что для разработки своих проектов сотрудничает с широким кругом организаций, связанных с распространением французского языка и культуры, создавая таким образом единую взаимосвязанную профессиональную сеть.[[103]](#footnote-104)

Так, в разработку интернет-контента для изучения и обучения французскому языку (порталы apprendre.tv и enseigner.tv), помимо собственного штата сотрудников, TV5monde привлекает к сотрудничеству университетское агентство Франкофонии, сеть Альянс Франсез, международную Федерацию преподавателей французского, а также университеты и организации, работающие в сфере образования и информационных технологий.

Таким образом, помимо всего прочего, франкофонный канал TV5monde выполняет организующую функцию и, в некоторой степени, вносит в сеть распространения французского языка и культуры слаженность, столь необходимую для достижения целей распространения французского языка и культуры.

Подводя итог главы, отметим, что, несмотря на кризис внешней культурно-лингвистической политики, связанный с пересмотром ее приоритетов, а также характера организации и управления моделью, важно заметить, что в ходе развития внешней культурной политики Франции, появляются новые механизмы, способные обеспечивать ее развитие, какие бы новые цели при этом не ставились.

В следующей главе мы остановимся на характере изменений, происходящих в модели культурно-лингвистической политики Франции.

# Глава 3

## 3.1. Трансформация модели внешней культурно-лингвистической

##  Политики Франции

В Белой книге по внешней и европейской политике обозначена следующая цель: “Сети французских государственных институтов, функционирующих за рубежом, должны эволюционировать в соответствие с нашими внешнеполитическими приоритетами[[104]](#footnote-105)”

Таким образом, в меняющихся международных условиях, цель трансформации модели культурно-лингвистической политики Франции заключается в придании ей большей гибкости.

В связи с этим, модель Франции часто сравнивается с Институтом Гете в Германии и Британским Советом в Великобритании. Эти организации, хотя и сотрудничают с дипломатическими представительствами своих стран, обладают автономией от государства.

В рамках подобных сравнений, в частности, отмечается способность British Council к адаптации и переориентации ресурсов. “За 2 года она уменьшила финансирование своих представительств в Европе на 30%, чтобы активизировать свою деятельность в Азии и на Ближнем Востоке.” Франция, в свою очередь, также сворачивает сеть в Европе, со скоростью 1-2 института в год в восьмилетний период.”[[105]](#footnote-106)

Франция также старается переориентировать ресурсы и изменить географическое распределение институтов. Так, было сокращено количество культурных институтов в Германии, которые до недавнего времени составляли 12,75 % всей культурной сети Франции.[[106]](#footnote-107) Также Франция старается усиливать свое влияние в усиливающихся центрах международного влияния (условно, в странах БРИКС[[107]](#footnote-108)). Тем не менее, “бюджет, выделяемый на сотрудничество в традиционных зонах присутствия Франции все еще в пять раз больше, чем на сотрудничество с крупными развивающимися странами (за исключением Китая)”. [[108]](#footnote-109) В Китае распространение французских культурных институтов идет быстрыми темпами и вписывается в интенсификацию экономического сотрудничества между двумя странами.[[109]](#footnote-110)

Создание Французского института, как мы видели ранее, было призвано упростить управление внешней культурной сетью, представленное большим количеством разных по характеру институтов. Одновременно было объявлено, что культурные институты получаю большую автономию и должны переходить на самофинансирование, а также искать партнеров для софинансирования.

Трансформация французской культурной политики, однако, не носит характер приватизации внешней культурной деятельности. В случае с Францией, это попытки создания эффективного взаимодействия между государственными и частными агентами.[[110]](#footnote-111) В связи с поиском соответствующего баланса возникают следующие вопросы:

Не станет ли необходимость искать собственные средства препятствием для осуществления центрами культурной деятельности? По сути, создается ситуация, когда успех культурного центра Франции, а значит, в какой-то степени и ее влияние, будут зависеть от прозорливости ее руководителей в конкретной стране. Как при этом обеспечить целостность проводимой политики?

Под вопросом остается способность центров управлять и перераспределять свои ресурсы, так как, приобретая большую независимость в финансировании, центры, остаются под управлением государства.

Другим вопросом, не приведет ли создание новой модели к географической дифференциации данной деятельности?

В контексте перехода на самофинансирование культурные центры вынуждены разрабатывать определенные маркетинговые стратегии для привлечения новых слушателей (языковые курсы, а также проведение экзаменов являются основным доходом центров), а также выстраивать коммуникацию для привлечения спонсоров. В этих условиях, появляется необходимость более тщательного изучения спроса на французскую культуру на том или ином рынке. Он предполагает проведение всесторонних исследований, призванных выявить характерные демографические, экономические, социокультурные особенности той или иной страны. Изучения требует специфика образовательной системы, а также учебные привычки (например, какие иностранные языки изучаются в школах и почему?). С этой целью необходимо проводить опросы и исследование – одним словом, речь идет о более глубоком погружении в особенности стран, к адаптации методов и практик к специфическим условиям. Таким образом, модель одностороннего культурного влияния, так называемого “сияния” французской культуры смещается в сторону установления культурного диалога через поиск точек соприкосновения.

Привлекательность той или иной культурной модели зависит от восприятия, то есть считывания получателем культурного смысла и определенная его интерпретация. Интерпретация образа зарубежной страны осуществляется через призму собственной культуры. Более внимательное изучение особенностей тех, на кого политика направлена, помогает выявить пространство для будущего развития внешней культурной деятельности.

Приведем пример. Французские лицеи пользуются необычайной популярностью в Южной Корее[[111]](#footnote-112). Настолько, что школы не могут обеспечить местами всех желающих. С чем связан подобный ажиотаж?

Основная причина состоит в несовершенствах национальной системы образования: ее направленности на зубрежку, жесткая система выпускных экзаменов, результаты которых в значительной степени определяют дальнейшую профессиональную жизнь. Поэтому те семьи, которые могут себе это позволить, стремятся искать пути обхода. Здесь в игру вступает имидж Франции как страны, известной высоким качеством образования.

Всесторонние исследования конкретной территории функционирования французской культурной сети, позволяют выявить возможности для расширения сотрудничества.

Использование метода проведения опросов полезно для оценки распространения французского в качестве второго языка в странах Европы, а также для повышения этого показателя.

Один из таких опросов среди европейцев, к примеру, показал, что для 22% респондентов главное препятствие к изучению иностранного языка является дороговизна курсов. На основе этих данных, можно вырабатывать более гибкую ценовую политику, адаптируя ее к выявленным особенностям той или иной страны. Тем не менее, надо отметить, что это мало возможно в условиях, когда плата слушателей составляет основную статью поступлений для культурного центра, находящегося на автофинансировании. Возможно, эту проблему удастся решить, если ставка будет сделана на большую кооперацию внутри системы центров в конкретной стране. До настоящего времени центры в различных регионах той существовали достаточно разрознено, что, на наш взгляд, значительно снижает потенциал к переходу к большей управляемости.

С другой стороны, государство концентрирует свои усилия в зоне традиционного влияния, а также в сфере элитарного образования. Как мы видели ранее, Франция тратит значительные средства на поддержание престижной сети учреждений среднего образования. Говоря о франкоговорящей Африке как о традиционной зоне влияния Франции, нужно отметить, что сокращение финансирования сети культурных центров в этих странах затронуло это регион в меньшей степени.[[112]](#footnote-113)

Свидетельствует ли это об углублении двойственного характера французской внешней культурной политики, который ранее проявлялся, прежде всего в сосуществовании, с одной стороны, частных Альянс Франcез, основанных на основе частного интереса, но вместе с тем разрозненных, с другой - государственных культурных центров, обладающих широкими возможностями для коммуникации и координации, но, вместе с тем, концентрирующихся в зонах особых внешнеполитических интересов? Или же в ходе преобразований удастся выработать более согласованную модель, с учетом того, что развитие информационных технологий появляется больше возможностей для подобной координации, для налаживания внутренних коммуникаций в сети агентов культурной политики?

В конце концов, как преобразовать модель культурно-лингвистической политики таким образом, что бы она стала адекватным инструментом адаптации к глобализации и эффективным механизмом межкультурного диалога?

Все эти вопросы являются актуальными для модели культурно-лингвистической политики Франции, а значит, будут представлять интерес для дальнейших исследований.

**Заключение**

Меры по распространению собственного языка и культуры, предпринимаемые Францией, являются неотъемлемой частью внешней политики данного государства. Возникновение данного инструмента и его политизация связаны с историческими причинами, которые мы постарались проследить. В первую очередь, это традиционная связь между культурой и государством.

Модель культурно-лингвистической политики, которая заключается в распространении сети культурных институтов по всему миру, в основном складывается после 1945 года и призвана ответить на послевоенные вызовы, поэтому отражает приоритеты Франции того времени: примирение с Германией и участие в процессах зарождавшейся Европейской интеграции, а также необходимости переосмысления отношений с бывшими колониями. Это предопределило конфигурацию культурной сети Франции.

Вместе с тем, к 1990 году стал осознаваться кризис модели : при высоких затратах на ее содержание, привносимая польза начала ставиться под сомнение. Изменяющиеся условия международной среды с интенсификацией международных контактов, глобализацией хозяйства требовали переосмысления культурно-лингвистической политики как основного механизма создания благоприятного имиджа и усиления влияния страны. До сегодняшнего момента, адаптация модели культурно-лингвистической политики к меняющимся условиям является ключевым вопросом.

В условиях глобализации вопрос межкультурного диалога является одним из ключевых. В связи с этим опыт культурно-лингвистической политики Франции представляется особенно интересным, ведь ее деятельность в данной сфере - это попытка решить основную головоломку культурной глобализации: как найти баланс между защитой собственной культурной идентичности и необходимостью развития межкультурного диалога?

1. \* не указывается, если в структуре Подразделения отсутствуют кафедры [↑](#footnote-ref-2)
2. Чернов И.В. Международная организация Франкофонии: лингвистическое измерение мировой политики

 СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2006. – 224 с. [↑](#footnote-ref-3)
3. Косенко С.И. Политика и система франкофонии в эпоху глобализации (европейские аспекты) // Вестник

 МГИМО. 2011. №2. [↑](#footnote-ref-4)
4. Греш С.А. Франкофония в прошлом и настоящем М.: Институт Африки РАН, 2007. – 218 с. [↑](#footnote-ref-5)
5. Франция в поисках новых путей / Отв.ред д.и.н. Ю.И. Рубинский. – М.: Издательство “Весь мир”, 2007 -624 c. [↑](#footnote-ref-6)
6. Официальный сайт Министерства иностранных и европейских дел Франции. URL: www.diplomatie.gouv.fr [↑](#footnote-ref-7)
7. Livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France.

 URL : www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/2LIVREBLANC\_DEF.pdf [↑](#footnote-ref-8)
8. Официальный сайт международной организации Франкофонии. URL: http://www.francophonie.org/ [↑](#footnote-ref-9)
9. Официальный сайт Alliance Française URL: www.alliancefr.org [↑](#footnote-ref-10)
10. Официальный сайт Institut Français URL: www.institutfrancais.com [↑](#footnote-ref-11)
11. Официальный сайт Agence pour l’enseignement français à l’étranger URL: www.aefe.fr [↑](#footnote-ref-12)
12. Rigaud J. Pour une refondation de la politique culturelle. Paris: La Documentation française, 1996. – 201 p. [↑](#footnote-ref-13)
13. Rapport d’information de M.Yves Daugé sur le centres culturelles français à l’étranger

 URL: www.assemblee-nationale.fr/rap-info/i2924.asp [↑](#footnote-ref-14)
14. Védrine H. La réorganisation du réseau culturel français en Allemagne

 URL: www.dokumente-documents.info/uploads/tx\_ewsdokumente/doc\_dossier\_2001\_2.pdf [↑](#footnote-ref-15)
15. Kessler M-C. L’apport de la culture à la diplomatie économique // Géoéconomie, Hiver 2010-2011 [↑](#footnote-ref-16)
16. Roche F. La diplomatie culturelle dans les relations bilatérales

 URL: www.sens-public.org/spip.php?article235&lang=fr [↑](#footnote-ref-17)
17. Kristeva J. Le message culturel de la France et la vocation interculturelle de la Francophonie

 URL: www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-40675 [↑](#footnote-ref-18)
18. Официальный сайт Institut français des relations internationales URL: www.ifri.org/ [↑](#footnote-ref-19)
19. Официальный сайт Fondation Jean Jaurès www.jean-jaures.org/ [↑](#footnote-ref-20)
20. Официальный сайт Fondation pour la recherche sur les administrations et les politiques publiques

 URL: www.ifrap.org/Culture-la-naissance-de-l-Institut-francais,11841.html [↑](#footnote-ref-21)
21. Официальный сайт Министерства Культуры и Коммуникаций: доклад департамента исследований

 “Культура и медиа 2030” URL: www.culturemedias2030.culture.gouv.fr/ [↑](#footnote-ref-22)
22. Veronique D. Thèse de doctorat: Les contextes et les domains d’intervention de l’Attaché de Coopération pour le

 Français, une enquête en Colombie: regards sociolinguistiques et didactiques.

 Universite Sorbonne Nouvelle-Paris III , 2009.

 URL: tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/71/36/71/PDF/2009PA030186.pdf [↑](#footnote-ref-23)
23. Masure R. Les centres culturels français d’Afrique francophone. Université Lyon 2

 URL: doc.sciencespo-lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/Memoires/Cyberdocs/MFE2009/masure\_r/pdf/masure\_r.pdf [↑](#footnote-ref-24)
24. Premat C. La restructuration du réseau culturel français au quotidien URL: nrt.revues.org/951 [↑](#footnote-ref-25)
25. Pelletier B. D'où vient « le rayonnement de la France »?

 URL: gestion-des-risques-interculturels.com/pays/europe/france/dou-vient-le-rayonnement-de-la-france/ [↑](#footnote-ref-26)
26. Официальный сайт газеты “Le Monde” URL: www.lemonde.fr [↑](#footnote-ref-27)
27. Официальный сайт газеты “Libération” URL: http://www.liberation.fr/ [↑](#footnote-ref-28)
28. Официальный сайт газеты “Le Figaro” URL: http://www.lefigaro.fr/ [↑](#footnote-ref-29)
29. Д.П. Шишкин, Н.Н. Журавлёва. Основные подходы к определению культурной составляющей внешнего имиджа государства.URL:pravo33.wordpress.com [↑](#footnote-ref-30)
30. Там же [↑](#footnote-ref-31)
31. Nye J.S. Soft Power. The Means to success in world politics N.Y.: Public Affairs, 2004. – 192 p. [↑](#footnote-ref-32)
32. Шишкин Д.П., Журавлёва. Н.Н. Основные подходы к определению культурной составляющей внешнего

 имиджа государства.URL:pravo33.wordpress.com [↑](#footnote-ref-33)
33. Шишкин Д.П., Журавлёва. Н.Н. Основные подходы к определению культурной составляющей внешнего

 имиджа государства.URL:pravo33.wordpress.com [↑](#footnote-ref-34)
34. Roche F. La diplomatie culturelle dans les relations bilatérales

 URL: www.sens-public.org/spip.php?article235&lang=fr [↑](#footnote-ref-35)
35. Чернов И.В. Международная организация Франкофонии: лингвистическое измерение мировой политики p.18 [↑](#footnote-ref-36)
36. Ibid [↑](#footnote-ref-37)
37. Цит. по: Фуллье А. Психология французского народа

 URL: www.gumer.info/bibliotek\_Buks/Psihol/Fulle/\_IstFrNar\_04.php [↑](#footnote-ref-38)
38. Энциклопедия Кругосвет: Французский язык

 URL: www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\_nauki/lingvistika/FRANTSUZSKI\_YAZIK.html?page=0,0 [↑](#footnote-ref-39)
39. Lafon J. Langue et pouvoir: aux origins de l‘ « exception culturelle française » // Revue historique, 1994 [↑](#footnote-ref-40)
40. Ibid [↑](#footnote-ref-41)
41. ##  Reclus O. France, Algerie et colonie URL: gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k75061t

 [↑](#footnote-ref-42)
42. Pelletier B. D'où vient « le rayonnement de la France »?

 URL: gestion-des-risques-interculturels.com/pays/europe/france/dou-vient-le-rayonnement-de-la-france/ [↑](#footnote-ref-43)
43. Ibid [↑](#footnote-ref-44)
44. #  Kouadio N’Guessan Le français en Côte d’Ivoire : de l’imposition à l’appropriation décomplexée d’une langue exogène URL: dhfles.revues.org/125?lang=en

 [↑](#footnote-ref-45)
45. Masure R. Les centres culturels français d’Afrique francophone. Université Lyon 2

 URL: doc.sciencespo-lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/Memoires/Cyberdocs/MFE2009/masure\_r/pdf/masure\_r.pdf [↑](#footnote-ref-46)
46. Rapport d’information de M.Yves Daugé sur le centres culturelles français à l’étranger p.10

 URL: www.assemblee-nationale.fr/rap-info/i2924.asp [↑](#footnote-ref-47)
47. Ibid p.16 [↑](#footnote-ref-48)
48. Чернов И.В. Международная организация Франкофонии: лингвистическое измерение мировой политики c.53 [↑](#footnote-ref-49)
49. Kessler M-C. L’apport de la culture à la diplomatie économique // Géoéconomie, Hiver 2010-2011 p.12 [↑](#footnote-ref-50)
50. Ibid p.10 [↑](#footnote-ref-51)
51. Musitelli J. La convention sur la diversité culturelle: anatomie d’un succès diplomatique

 URL : www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/LaConventionsurladiversiteculturelle\_anatomiedunsuccesdiplomatiqueJeanMusitelli-2.pdf [↑](#footnote-ref-52)
52. http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/le-ministere-et-son-reseau/le-ministere-des-affaires-22081/le-ministere-des-affaires-22556/ [↑](#footnote-ref-53)
53. ###  [Service de coopération et d'action culturelle français](https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCoQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ambafrance-ma.org%2Fcooperation&ei=6FSaUdXrLoK14ATZu4GwDw&usg=AFQjCNGNYt5dk2dlvnZ9bVyY4KDocDAuEQ&bvm=bv.46751780,d.bGE&cad=rjt) URL: http://www.ambafrance-ma.org/cooperation

 [↑](#footnote-ref-54)
54. Créer une Alliance française URL: www.fondation-alliancefr.org/?p=3235 [↑](#footnote-ref-55)
55. Loic M.G. Memoire de recherche: la diplomatie culturelle francaise: la culture face a de nouveaux enjeux? p.57

 URL: www.interarts.net/descargas/interarts678.pdf [↑](#footnote-ref-56)
56. Официальный сайт Campus France URL: www.campusfrance.org/fr/ [↑](#footnote-ref-57)
57. Официальный сайт TV5 URL: www.tv5.org/ [↑](#footnote-ref-58)
58. Официальный сайт Fédération Internationale des professeurs de français URL: fipf.org/ [↑](#footnote-ref-59)
59. Официальный сайт Сentre international d'études pédagogiques URL: www.ciep.fr [↑](#footnote-ref-60)
60. **LOI n° 2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat**

URL : www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000791289&dateTexte=&categorieLien=id [↑](#footnote-ref-61)
61. Официальный сайт European Union National Institutes for Culture URL: www.eunic-online.eu/fr [↑](#footnote-ref-62)
62. *Le d*énombrement des francophones URL: www.francophonie.org/IMG/pdf/1e.pdf [↑](#footnote-ref-63)
63. L’impact économique de la langue française et de la Francophonie

 URL: www.francophonie.org/IMG/pdf/Impact\_economique\_de\_la\_langue\_francaise\_et\_de\_la\_Francophonie.pdf [↑](#footnote-ref-64)
64. Kessler M-C. L’apport de la culture à la diplomatie économique // Géoéconomie, Hiver 2010-2011 [↑](#footnote-ref-65)
65. Claude Hagège: imposer sa langue, sa imposer sa pensée

 URL : www.lexpress.fr/culture/livre/claude-hagege-imposer-sa-langue-c-est-imposer-sa- pensee\_1098440.html [↑](#footnote-ref-66)
66. Чернов И.В. Международная организация Франкофонии: лингвистическое измерение мировой политики

 СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2006. c. 183 [↑](#footnote-ref-67)
67. Чернов И.В. Международная организация франкофонии: Лингвистическое измерение мировой политики, Стр 184-185 [↑](#footnote-ref-68)
68. Vade-mecum relatif à l’usage de la langue française dans les organisations internationales

 URL: www.francophonie.org/IMG/pdf/Vade-mecum\_Fcs\_vie\_intnale\_2006.pdf [↑](#footnote-ref-69)
69. Formation au et en francais pour des fonctionnaires vietnamiens URL: lecourrier.vn/lecourrier/fr-fr/details/9/francophonie/60766/formation-au-et-en-francais-pour-des-fonctionnaires-vietnamiens.aspx [↑](#footnote-ref-70)
70. les fonctionnaires tchèques apprennent le français URL: www.ifp.cz/Les-fonctionnaires-tcheques?lang=fr [↑](#footnote-ref-71)
71. Formation au et en francais pour des fonctionnaires vietnamiens URL: lecourrier.vn/lecourrier/fr-fr/details/9/francophonie/60766/formation-au-et-en-francais-pour-des-fonctionnaires-vietnamiens.aspx [↑](#footnote-ref-72)
72. La France et la promotion du francais dans le monde www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/FR\_la\_promotion\_du\_francais\_dans\_le\_monde\_cle4136a1.pdf [↑](#footnote-ref-73)
73. **Règlement n° 1 portant fixation du régime linguistique de la Communauté Économique Européenne**URL: eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31958R0001:FR:HTML [↑](#footnote-ref-74)
74. Le Prix Richelieu URL: www.langue-francaise.org/Richelieu\_dickinson\_quatremer.php [↑](#footnote-ref-75)
75. No taxation without translation! URL: bruxelles.blogs.liberation.fr/coulisses/2010/10/no-taxation-without-translation-.html [↑](#footnote-ref-76)
76. Ibid [↑](#footnote-ref-77)
77. ###  Template, j’ai dit template ? Comme c’est template

###  URL : bruxelles.blogs.liberation.fr/coulisses/2013/04/template-jai-dit-template-comme-cest-template.html#more

 [↑](#footnote-ref-78)
78. См.: bruxelles.blogs.liberation.fr/coulisses/multilinguisme/ [↑](#footnote-ref-79)
79. Le livre blanc de l’Agence universitaire de la Francophoniesur le numérique éducatif

 ans l’enseignement supérieur URL: ag2013.auf.org/media/uploads/at3-numerique-livreblanc2013v2.pdf [↑](#footnote-ref-80)
80. Livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France.

 URL : www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/2LIVREBLANC\_DEF.pdf [↑](#footnote-ref-81)
81. L’impact économique de la langue française et de la Francophonie

 URL: www.francophonie.org/IMG/pdf/Impact\_economique\_de\_la\_langue\_francaise\_et\_de\_la\_Francophonie.pdf [↑](#footnote-ref-82)
82. Loic M.G. Memoire de recherche: la diplomatie culturelle francaise: la culture face a de nouveaux enjeux? p.84

 URL: www.interarts.net/descargas/interarts678.pdf [↑](#footnote-ref-83)
83. Projet de loi finance URL: www.senat.fr/rap/a12-152-43/a12-152-431.html#toc41 [↑](#footnote-ref-84)
84. TV5monde – Presentation URL: www.tv5.org/cms/chaine-francophone/tv5monde/La-chaine/p-5857-Presentation.htm [↑](#footnote-ref-85)
85. Livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France // www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/2LIVREBLANC\_DEF.pdf [↑](#footnote-ref-86)
86. #### Un réseau étendu d’établissements culturels URL: www.diplomatie.gouv.fr/fr/le-ministere/missions-et-organisation/actions-exterieures/article/reseau-culturel

 [↑](#footnote-ref-87)
87. [↑](#footnote-ref-88)
88. Projet loi finance 2013 URL: www.senat.fr/rap/l12-148-31/l12-148-311.html [↑](#footnote-ref-89)
89. Projet loi finance 2009 URL : www.senat.fr [↑](#footnote-ref-90)
90. Официальный сайт Alliance Francaise URL: www.fondation-alliancefr.org/?cat=1 [↑](#footnote-ref-91)
91. Veronique D..Les contextes et les domains d’intervention de l’Attaché de Coopération pour le

 Français, une enquête en Colombie: regards sociolinguistiques et didactiques.Thèse de doctorat

 Universite Sorbonne Nouvelle-Paris III , 2009. P.76 URL: tel.archives-ouvertes.fr/docs/00/71/36/71/PDF/2009PA030186.pdf [↑](#footnote-ref-92)
92. Официальный сайт Institut Francais URL: www.institutfrancais.com/ [↑](#footnote-ref-93)
93. Le reseau francais en chiffre URL: www.latitudefrance.org/Le-reseau-en-chiffres.html [↑](#footnote-ref-94)
94. #  Culture : la naissance de l’« Institut français » URL: http://www.ifrap.org/Culture-la-naissance-de-l-Institut-francais,11841.html

 [↑](#footnote-ref-95)
95. Laffon P. Culture: la naissance de l’ «Institut Francais»

 URL: http://www.ifrap.org/Culture-la-naissance-de-l-Institut-francais,11841.html [↑](#footnote-ref-96)
96. Le reseau francais en chiffre URL: www.latitudefrance.org/Le-reseau-en-chiffres.html [↑](#footnote-ref-97)
97. Premat C. La restructuration du réseau culturel français au quotidien // nrt.revues.org/951 [↑](#footnote-ref-98)
98. ###  [Mazières](https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fcantalteamroad.unblog.fr%2Ffrederic-mazieres%2F&ei=m1yaUaeQAsaC4ASQu4GoCw&usg=AFQjCNEM-hB478pMiRgQe3gau-mL6zL8lw&bvm=bv.46751780,d.bGE) F. [La fonction d'Attaché de Coopération pour le Français](https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&sqi=2&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fressources-cla.univ-fcomte.fr%2Fgerflint%2FEspagne4%2Fmazieres.pdf&ei=6FyaUe_OLOn14QSxrIHwAw&usg=AFQjCNEoB-sLw0t4lLiLZx1XDDazaMsW-Q&bvm=bv.46751780,d.bGE)

 URL: ressources-cla.univ-fcomte.fr/gerflint/Espagne4/mazieres.pdf [↑](#footnote-ref-99)
99. ###  Ibid

 [↑](#footnote-ref-100)
100. ###  Ibid

 [↑](#footnote-ref-101)
101. Ibid [↑](#footnote-ref-102)
102. См. www.tv5.org/TV5Site/enseigner-apprendre-francais/accueil\_apprendre.php или www.rfi.fr/lffr/statiques/accueil\_apprendre.asp [↑](#footnote-ref-103)
103. Partenaires institutionnels URL: www.tv5.org/TV5Site/enseigner-apprendre-francais/enseigner\_partenaires.php [↑](#footnote-ref-104)
104. Livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France. p.85

 URL : www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/2LIVREBLANC\_DEF.pdf [↑](#footnote-ref-105)
105. Laffon P. Culture: la naissance de l’ «Institut Francais»

 URL: http://www.ifrap.org/Culture-la-naissance-de-l-Institut-francais,11841.html [↑](#footnote-ref-106)
106. Védrine H. La réorganisation du réseau culturel français en Allemagne

 URL: www.dokumente-documents.info/uploads/tx\_ewsdokumente/doc\_dossier\_2001\_2.pdf [↑](#footnote-ref-107)
107. Kristeva J. Le message culturel de la France et la vocation interculturelle de la Francophonie

 URL: www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-40675 [↑](#footnote-ref-108)
108. L’action culturelle exterieure de la France URL: www.jean-jaures.org/ [↑](#footnote-ref-109)
109. Loic M.G. Memoire de recherche: la diplomatie culturelle francaise: la culture face a de nouveaux enjeux? p.84

 URL: www.interarts.net/descargas/interarts678.pdf [↑](#footnote-ref-110)
110. Premat C. La restructuration du réseau culturel français au quotidien URL: nrt.revues.org/951 [↑](#footnote-ref-111)
111. À Séoul, des parents coréens motivés par leur francophilie  URL: www.lefigaro.fr/actualite-france/2010/03/08/01016-20100308ARTFIG00385--seoul-des-parents-coreens-motives-par-leur-francophilie-.php [↑](#footnote-ref-112)
112. Masure R. Les centres culturels français d’Afrique francophone. Université Lyon 2

 URL: doc.sciencespo- lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/Memoires/Cyberdocs/MFE2009/masure\_r/pdf/masure\_r.pdf [↑](#footnote-ref-113)