

Культура Франции на службе внешней политики

Сергей Косенко

Культурная дипломатия в современных международных отношениях не просто играет огромную роль с учетом того, что в условиях глобализации культура, информация и образование превратились в могущественное оружие, дополняющее военные ресурсы влиятельных игроков мировой политики невоенными факторами политического действия, обобщенными в концепции «мягкой силы». Ориентированная на продвижение ценностей и представлений страны – ее производителя «мягкая сила» является сегодня действенным ресурсом дипломатии, влияющим на политику и логику поведения акторов в международных отношениях. Так, «под воздействием транслируемых из США идей, образов, стереотипов ослабли культурно-исторические опоры многих государств и традиционных обществ, подвергшихся культурной стандартизации по-американски»¹.

Как бы сказал А.Грамши, трансформация «культурных ядер» – процесс для любого общества не просто болезненный, но чреватый самыми негативными последствиями – вплоть до полной утраты идентификации, традиций и даже государственности. Противодействие такой трансформации возможно на том же уровне, на котором работает «мягкая сила», – на уровне культуры. Вопросами сохранения своей культуры, а значит, и влияния в мире, в последние годы озабочено как российское общество, так и его властные институты. В этой связи весьма полезно обратиться к опыту такой культурной державы, как Франция.

Задача расширения культурной дипломатии или как ее называют французы – «дипломатии влияния», приобрела для Франции не просто актуальный, а долговременный стратегический характер еще на рубеже XX и XXI вв. Причем для ее решения страна уже располагала разветвленной системой

КОСЕНКО Сергей Иванович – кандидат политических наук, заместитель Почетного консула РФ в Лозанне (Швейцария). *E-mail:* civiks@bleuwin.ch

Ключевые слова: культурная политика, дипломатия влияния, «мягкое могущество», Франция.

зарубежных учреждений, равной которой, пожалуй, не было во всем мире. Франция оставалась также единственной страной Запада, объединявшей под эгидой Министерства иностранных дел и коммуникации все инструменты для эффективных действий за рубежом:

- распространение французского языка и франкоязычной культуры;
- развитие сотрудничества в культурной и научно-технической областях;
- помощь в развитии и распространении аудиовизуальной продукции (после реформы 2011 г. координационным центром этой системы стал Французский институт).

Оставалось лишь умело и согласованно использовать этот потенциал на практике.

Как итог в начале 2000-х годов усилия «дипломатии влияния» сосредоточились на четырех главных направлениях:

- неуклонное наращивание аудиовизуального присутствия в мире и, в более широком смысле, активного участия в разработке и использовании новых информационных и коммуникационных систем и технологий;

- дальнейшее продвижение и распространение французского языка: в 2000 г. по числу говорящих на нем людей он занимал лишь 5 место в мире (2,5%) после китайского, английского, испанского и португальского;

- расширение межвузовского сотрудничества и обменов, наращивание потенциала возможностей, предлагаемых в области высшего образования;

- развитие сотрудничества в областях, где интеллектуальное превосходство Франции было неоспоримым. Например, формирование в развивающихся дружественных странах и бывших колониях политической элиты и специалистов в области права, государственной администрации, хозяйственного управления, здравоохранения, градостроительства, сохранения французского культурного наследия, индустрии роскоши, моды, гастрономии и т.п.²

Совокупность этих приоритетов образовала единое и неразрывное целое, которое и составило сущность французской культурной дипломатии последних лет.

Роль и значение предпринятых Францией мер по сохранению и усилению своего «мягкого могущества» в мире представляется особенно актуальным в свете новой Концепции внешней политики России, где имиджу нашей страны, распространению русского языка, культурного и информационного влияния страны уделяется особое внимание. Поэтому остановимся подробнее на анализе наиболее значимых направлений культурной деятельности французской внешней политики.

Аудиовизуальное присутствие в мире как фактор политического влияния

Если традиционно в области внешней культурной политики Париж делал ставку на двусторонние культурные и научные обмены, а также на участие в реализации общих и

солидарных многосторонних культурных проектов европейских рамках, то на рубеже XX–XXI вв. акцент во внешней культурной политике был перенесен на аудиовизуальную

сферу. Прежде всего речь шла об активном продвижении французской аудиовизуальной продукции на мировой рынок и расширении участия во всемирных (коммерческих) обменах этой продукцией.

Эта задача потребовала от Франции значительных дополнительных усилий для того, чтобы занять и удерживать ведущие позиции в мировых телекоммуникационных системах и сформировать соответствующую аудиторию за рубежом. Достижение этой цели усложнялось тем, что большинство мировых средств и систем коммуникации не находилось в руках французского государства и действовало на основе законов рынка и свободной конкуренции. Поэтому свою задачу в этой области власти Франции видели в первую очередь в оказании поддержки конкурентоспособным отраслям национальной культурной индустрии и производству частных аудиовизуальных программ, а также в расширении внутриевропейского сотрудничества.

Еще в 1982 г. в Министерстве иностранных дел Франции было создано Управление по аудиовизуальной политике, а в 1984 г. начал вещание первый франкоязычный международный канал телевидения TV5.

В январе 1987 г. в МИД состоялся симпозиум на тему «Франция и транснациональные стратегии основных западных стран и крупных частных групп в аудиовизуальной области».

Буквально по его следам эксперт Мишель Перикар подготовил для премьер-министра Жака Ширака доклад с анализом положения дел в аудиовизуальной сфере Франции. Показательно, что именно после знакомства с этим документом руководство страны серьезным образом пересмотрело и активизировало усилия в области радио- и телевещания, в сфере распространения аудиовизуальной продукции во франкоязычном мире³.

В ноябре 1988 г. госсекретарь по вопросам международной культурной политики и франкофонии, известный публицист, член Французской академии Ален Деко в письме, направленном премьер-министру, заявил: «Если мы хотим, чтобы франкофоны продолжали говорить по-французски... надо отказаться от привычек XIX века, когда присланные лекторы занудно обсуждают с несколькими пожилыми дамами сомнительные амуры мадам де Сталь или употребление сослагательного наклонения у того или иного французского писателя. Пора буквально наводнить франкоязычные страны кинофильмами, музыкой, информацией на французском языке и делать это с помощью телевидения. Нужно начать всемирное аудиовизуальное наступление Франции (курс. – Авт.)»⁴.

По поручению Деко был подготовлен и в июне 1989 г. вручен правительству доклад о «Внешней телевизионной политике Франции» с рекомендациями по укреплению этого направления культурной политики⁵.

В соответствии с одной из таких рекомендаций в декабре 1989 г. при кабинете премьер-министра был учрежден Совет по внешней аудиовизуальной деятельности Франции (CAEF), наделенный всеми необходимыми административными и финансовыми полномочиями для координации деятельности в этом секторе.

Одновременно в МИД было существенно реформировано Управление по внешней аудиовизуальной политике и коммуникационным технологиям, задачей которого стала координация действий Франции в этой области за рубежом, а также был создан банк французских телевизионных программ – CFI для бесплатной передачи телекомпаниям других стран.

Только с 1990 по 1993 г. услугами банка воспользовались около 30 стран, включая Россию.

Мощное развитие в тот же период получил канал TV5, который с 1990 г. стал вещать на Соединенные Штаты, а с 1992 г. – на страны Латинской Америки и Африки. В ряды стран Восточной и Центральной Европы (Румыния, Чехословакия, Болгария, Польша) при содей-

ствии Франции в этот период заработали радиопрограммы на FM-частотах на французском и национальных языках.

В мае 1998 г. министр иностранных дел Франции Юбер Ведрин озвучил новые ориентировки для аудиовизуальной политики Франции за рубежом, на реализацию которых было выделено дополнительно 130 млн франков*. Общий смысл этих установок заключался в укреплении культурного и политического влияния Франции посредством зарубежного телевидения, в том числе спутникового и цифрового.

В 1999 г. на распространение за рубежом своей аудиовизуальной продукции (музыка, телепрограммы, кино и т.п.) Франция выделила 1,4 млрд франков.

Вместе с тем дефицит в обмене аудиовизуальной продукцией между Европой и США оставался огромным и составлял в 1998 г. 6,3 млрд долл.⁶

Низкая конкурентоспособность европейской и французской продукции на мировом аудиовизуальном рынке, где доминируют американские компании (60%), была и остается предметом постоянной озабоченности всех французских руководителей последних лет. В борьбе с американской гегемонией на аудиовизуальном рынке Франция рассчитывала на объединение усилий с другими европейскими странами.

Так, продажа французских телепрограмм в 1998 г. принесла около 1,5 млрд франков, а британских – 2,5 млрд франков, не говоря уж о США. Основным фактором отставания в этой области был французский язык, менее распространенный в сравнении с английским, за исключением африканских стран.

Особое место в системе международного телевидения на французском языке занял телеканал *TV5 Monde*.

С начала 2000-х годов эта глобальная сеть ведет круглосуточное вещание с помощью 18 спутников, 34 цифровых пакетов и шести тыс. кабельных сетей, охватывая примерно 180 млн домашних хозяйств в более чем 200 странах⁷.

С учетом разницы во времени и специфики стран вещание ведется на основе семи региональных сигналов, посылаемых из Парижа на Францию – Бельгию – Швейцарию, остальную Европу, Африку, Азию и Тихоокеанский регион, Ближний Восток, Латинскую Америку и Соединенные Штаты. Отдельный сигнал из Монреаля охватывает Квебек.

Три миллиона гостиничных номеров предлагают программы *TV5 Monde* 50 млн франкоязычных путешественников. Их принимали также девять авиакомпаний, что давало еще 7,5 млн телезрителей в год⁸.

Телеканал *TV5 Monde* возник в результате сотрудничества десяти партнерских телекомпаний: *France 2*, *France 3*, *France 5*, *Arte France*, *RTBF* (Валлония/Бельгия), *RTS* (романдская Швейцария), *Radio Canada*, *Tele Quebec*, *RFO* (сеть вещания на заморские территории Франции) и *CIRTEF* (Международный совет франкоязычного радио и телевидения).

Субтитры кинофильмов и передач, демонстрируемых в сети *TV5 Monde*, даются на английском, арабском, испанском, португальском, нидерландском, немецком, румынском и русском языках. Начиная с 1999 г. Франция увеличила субсидии на расширение сети глобального спутникового телевидения и к 2000 г.

* Курс обмена в момент перехода на евро в 2002 г. составил 6,55957 франков за 1 евро.

канал *TV5 Monde* стал третьей в мире системой круглосуточного телевидения (после *MTV* и *CNN*). Однако несмотря на эти усилия, бюджет *TV5 Monde*, достигший в 2000 г. 350 млн франков, все равно значительно отставал от среднего бюджета американских телеканалов-гигантов (10 млрд франков), а число абонентов французских программ в США вообще было ничтожным – 5 тыс.

Со временем передачи государственного телеканала *France 2* стали приниматься в большинстве стран Европы, Северной Африки, а также в некоторых городах США и Японии. А действующий с 1993 г. информационный франко-европейский новостной канал *Euronews*, штаб-квартира которого находится в Лионе, занял прочное место не только на европейском континенте, но и в Северной Африке, и на Ближнем Востоке. То же самое можно сказать о культурном телеканале *Arte*, открытом Францией и Германией в 1991 г., к которому позднее присоединились Бельгия, Испания, Канада и Швейцария. С вводом в действие в декабре 2006 г. круглосуточного телеканала международных новостей на французском языке *France 24* можно считать, что завершилось создание всемирной сети французских аудиовизуальных средств, которая сегодня является одной из несущих опор современной внешней культурной политики Франции – ее «мягкого могущества».

Неотъемлемой составной частью национальной системы аудиовизуальных средств Франции все последние годы является информационное агентство *France-Press (AFP)*, которое, наряду с печатной распрост-

раняет информацию в видео- и электронной форме. АФП было создано сразу же после освобождения Парижа (сентябрь 1944 г.) за счет объединения нескольких информационных агентств движения Сопротивления.

Оно первым на Западе узнало и известило мир о смерти И. Сталина 6 марта.

В 1996 г. был введен в действие сайт *AFP* в Интернете. В настоящий момент *AFP* остается третьим в мире по значимости информационным агентством после *Associated Press* (США) и *Reuters* (Великобритания) и самым крупным в мире франкоязычным агентством.

AFP вещает на шести языках.

Сфера деятельности агентства охватывает 150 стран мира благодаря наличию более 200 бюро и почти пяти тыс. сотрудников (в том числе 2600 журналистов) более чем 80 национальностей⁹.

Доля государства (абоненты) в товарообороте *AFP* составляет около 40%, или более 100 млн евро. Каждые пять лет агентство заключает с государством контракт о целях и средствах деятельности и до сих пор остается основным поставщиком официальной информации для правительственных органов и учреждений Франции.

Важным инструментом аудиовизуальной политики Франции исторически является действующая с 1931 г. система круглосуточного коротковолнового международного радиовещания Радио «Франс Интернациональ» (*RFI*), которое занимает 4-е место среди радиостанций мира. За последние годы его мощности пополнились каналом вещания французских новостей на иностранных языках, в том числе на русском, программами вещания на частоте *FM* и банком музыкальных радиопрограмм, которые могут бесплатно предоставляться партнерам.

На конец 2012 г. радиостанция: насчитывала 35,6 млн постоянных слушателей; владе-

ла 170 ретрансляторами в 74 странах – на коротких и средних волнах и 30 спутниками, покрывавшими пять континентов.

Уставный капитал АО «Внешнее телерадиовещание Франции» составил 23 045 660 евро, а бюджет *AFP* на 99% обеспечивается государством и составляет (по данным 2008 г.) порядка 140 млн евро¹⁰.

В последние годы компания активно позиционирует себя в крупнейших городах мира: Афинах, Буэнос-Айресе, Дублине, Лондоне, Лос-Анджелесе, Мадриде, Москве, Риме, Рио-де-Жанейро, Сан-Франциско, Стамбуле. Однако, по мнению самих французов, в условиях глобализации и культурной стандартизации, радиовещание страны нуждается в серьезной модернизации.

Но самое почетное место в арсенале аудиовизуальных средств Франции всегда занимало кино. Исключительную роль в этой сфере со второй половины XX в. играли Национальный центр кинематографии (*CNC*), созданный в 1946 г. и находящийся с 1959 г. в системе Министерства культуры и коммуникации, а также ведущие частные французские кинокомпании *Gaumont Pathe*. *CNC* занимает особое место в системе власти и институтов культуры Франции: будучи административным государственным органом, он находится не в подчинении у министра, а под его прямой опекой. Это обеспечивает значительную автономию его финансовой и практической деятельности, в частности, в вопросах инвестиций и контроля за кассовыми сборами.

Особые заслуги в распространении французского кино в мире принадлежат также созданному в 1949 г. и автономно действующему под эги-

дой *CNC* объединению французских профессиональных работников кино Юнифранс (*uniFrance*).

Именно усилиями Юнифранс ежедневно на киноэкраны мира выходит один французский фильм и демонстрируются 40 французских фильмов по телевидению, проводятся практически все фестивали французского кино за рубежом (свыше 70 в год), обеспечивается свыше 300 зарубежных поездок актеров и режиссеров, ежегодно смотрят французские фильмы 55 млн зрителей и регулируется международная сеть из 800 кинопрокатчиков. В каталоге Юнифранс насчитывается свыше 15 тыс. названий французских фильмов, предназначенных для экспорта¹¹.

То, что Франция, несмотря на почти монопольное положение на мировом кинорынке американских кинокомпаний, остается второй (западной; Индию оставим за скобками) по значению кинодержавой планеты, во многом определено изначальным пониманием руководством страны важности кинематографии и, соответственно, последовательной и мощной поддержкой со стороны государства. Кроме того, с 1995 г. государство оказывает последовательную и значительную финансовую помощь частным экспортерам французской кинопродукции, благодаря чему французские фильмы сохраняли довольно широкую аудиторию в Японии, в Центральной и Южной Америке (Аргентина, Бразилия, Мексика), в Центральной и Восточной Европе. Даже в США французские фильмы нередко занимали в прокате первое место среди иностранных картин.

С момента своего создания в 1946 г. одним из самых престижных в мире остается Каннский кинофестиваль. Большим авторитетом пользуются

фестивали французского кино в Сарасоте (штат Нью-Йорк) и Иокогаме (Япония). Недели французского кино, организуемые в разных странах культурными службами французских посольств, как правило, становятся событием. Перспективным районом экспорта французских фильмов считается Южная и Центральная Америка. Кроме того, Франция традиционно проводит активную политику совместного производства фильмов со своими привилегированными франкоязычными партнерами (Квебек, Бельгия, Швейцария) и с развивающимися странами. Как ни парадоксально, Восточная и Центральная Европа после падения Берлинской стены однозначно повернулись в сторону американского кино.

Здесь необходимо отметить, что, несмотря на такой серьезный потенциал, в аудиовизуальной сфере Франция с трудом выдерживает жестокую конкуренцию со стороны англоязычных, и прежде всего американских, компаний. В целом по Европе на начало 2000-х годов дефицит в сфере обмена теле- и радиoproграммами с США не уменьшался, Франция всегда оставалась в авангарде борьбы за сохранение паритета в аудиовизуальной сфере. Не только общественные инициативы, но и официальный Париж активно проводят политику защиты своего права на культурную исключительность и культурное многообразие, твердо выступают против того, чтобы французская культура рассматривалась как обыкновенный товар на рынке аудиовизуальной продукции.

По мнению ряда экспертов, стратегия и организация культурной дипломатии Франции в последние годы

плохо согласовывались друг с другом. В результате действия французских компаний оказывались менее эффективными, чем у конкурентов, например *BBC* или *Deutsche Welle*. Такое положение вещей не осталось без внимания властных структур Франции: в апреле 2008 г. решением президента Николя Саркози была учреждена холдинговая компания «Внешнее аудиовизуальное агентство Франции» (*AEF*), на которую были возложены функции контроля и координации работы государственных каналов радио и телевидения, вещающих за рубежом. Основная задача этого органа состоит в модернизации и активизации системы международного вещания и выработки единой стратегии продвижения образа и интересов Франции. Основными элементами новой системы стали:

- телеканал *TV5 Monde*;
- информационный телеканал *France 24* (круглосуточное вещание на французском, английском и арабском языках);
- Радио «Франс Интернациональ» совместно с его арабоязычным филиалом «Дуалья» и Радио «Монте-Карло».

Находившееся изначально в ведении министерства иностранных дел с 1 января 2010 г. агентство было переведено в подчинение Генеральной дирекции по вопросам СМИ и культурной индустрии Министерства культуры и коммуникации.

Таким образом, все стратегически важные для реализации внешней политики страны телерадиовещательные компании оказались под единым управлением, что обеспечивает четкую координацию действий и нацеленность на выполнение конкретных задач.

Язык как фактор культурной дипломатии

Поддержка государством политики распространения французского языка и французской культуры имеет давние традиции. Поэтому вполне понятно, что не только общественность, но и руководство страны сегодня озабочены тотальным господством английского языка. Причем эта озабоченность выражается во вполне конкретных и действенных мерах, которые не мешало бы применить к защите русского языка.

Так, еще в 1966 г. по инициативе премьер-министра Жоржа Помпиду, поддержанной президентом Шарлем де Голлем, был учрежден Высший комитет (*Haut Comité*) по защите и распространению французского языка.

В 1973 г. он стал называться Высший комитет французского языка. В 1984 г. на его основе были созданы два учреждения: Генеральный комиссариат по французскому языку и Консультативный комитет французского языка.

В 1986 г. появилась еще одна структура – Государственный секретариат по франкофонии, а в 1989 г. Генкомиссариат и Консультативный комитет были упразднены в связи с учреждением Высшего совета по французскому языку под председательством премьер-министра. В своей деятельности он опирается на созданное тогда же Главное управление по французскому языку и языкам Франции (*DGLFLF*), действующее и поныне под эгидой Министерства культуры и коммуникации. Его основной функцией является контроль за соблюдением закона об употреблении французского языка (Закон Тубона, 4 августа 1994 г.) и поддержка

региональных языков Франции¹².

В 1999 г. Генеральное управление по французскому языку опубликовало доклад, в котором отмечались серьезные упущения и нарушения в исполнении закона 1994 г. В частности, критике подверглись официальные представители Франции, которые в международных организациях и в международных отношениях пользовались английским языком вместо французского. С новой силой тревога по поводу сокращения субсидий на преподавание французского языка за рубежом зазвучала уже при президенте Саркози, который настойчиво ставил вопрос о сокращении расходов на аппарат внешней культурной политики Франции. Это как раз и дало повод некоторым критикам политики президента заявить, что он ведет страну к «культурной катастрофе»¹³.

Несмотря на периодическую смену названий, главная задача высшего органа по французскому языку всегда заключалась в обеспечении координации действий всех участников процесса защиты и распространения французского языка – начиная с главы государства, ключевых министерств, Французской академии и заканчивая различными учреждениями и ассоциациями. Однако по мере изменения ситуации в мире менялась и лингвистическая политика Франции.

Начиная с 80-х годов в рамках расширяющейся Европы некоторые партнеры Франции по прагматическим соображениям стали переходить с французского языка на английский.

Например, Бельгия, для которой английский язык нейтрален между французским и фламандским; Дания и Нидерланды, где высшее образование ведется на английском; Германия и даже Италия с Испанией, где английский со временем стал первым иностранным языком, изучаемым в системе школьного образования.

Так, в Испании, где французский язык всегда был первым изучаемым иностранным языком, в 80-е годы он почти сразу уступил место английскому и немецкому, поскольку они были рабочими языками соответствующих предприятий, утвердившихся на испанском рынке.

Все это поставило под вопрос дальнейшее использование французского языка как средства общения и коммуникации между чиновниками внутри ЕС, за исключением Европейского суда, который продолжает работать на французском.

Кроме того, после падения Берлинской стены большинство «новых демократий» под влиянием США также предпочли английский язык французскому, который еще в условиях холодной войны пользовался уважением даже в коммунистических странах. Такое положение вещей связано в определенной степени и с пассивностью самой Франции, которая недостаточно активно занималась продвижением французского языка в «новых демократиях». Это – во-первых.

Во-вторых, «провал» французского языка был связан во многом с тем, что сама французская элита, занятая в сфере информационных технологий, теле- и радиокommunikаций, шоу-бизнеса, для простоты общения перешла на английский. Для этого были и объективные причины.

Например, в 1992 г. 75% научных и технических публикаций в мире осуществлялись на английском языке и только 5% на французском¹⁴.

Среди французских коммерческих и технических структур утвердился своего рода «англоломания» и стали усиливаться голоса в пользу отмены строгих и дорогостоящих правил и квот, связанных с защитой французского языка, в том числе кино, на телевидении и в рекламе.

К концу 90-х годов была официально признана гегемония английского в системе образования самой Франции.

Сегодня значение и влияние английского языка не просто глобально, но и тотально.

Так, три четверти корреспонденции в мире ведется на английском языке; более половины технических и научных периодических изданий публикуются на английском языке; в 80% всех компьютерных данных используется английский язык¹⁵.

В этих непростых условиях Франция продолжает вести активную работу по сохранению и расширению влияния французского языка. 25 июня 1992 г. статус французского языка был закреплен в Конституции Французской Республики в качестве одного из «основополагающих высших принципов»¹⁶. Одним из правовых последствий этого решения стала возможность оспаривать использование английского языка там, где это не было оправданно. Одновременно Франция отказалась ратифицировать принятую в 1992 г. Европейскую хартию региональных языков и языков меньшинств, которая, по мнению Парижа, таила в себе угрозу сплоченности нации и применению французского языка внутри страны.

Новое подкрепление эта тенденция получила с принятием 4 августа 1994 г. закона об употреблении французского языка. Примечательно, что главными защитниками французского языка выступали со-

циалисты, пришедшие к власти в 1981 г., а закон был принят по инициативе министра культуры, голлиста Жака Тубона и поэтому носит его имя¹⁷. Этим законом были установлены четкие и строгие нормы употребления французского языка во всех сферах жизни общества (официальной, социальной, интеллектуальной и т.п.). В частности, закон предусматривает, что пропорция создаваемых и исполняемых в стране музыкальных произведений на французском языке должна составлять не менее 40%. Справедливости ради следует отметить, что некоторое время спустя Конституционный совет, руководствуясь принципом свободы мысли и выражения мнений, вынес определение, запрещающее государству навязывать частным лицам использование французского языка.

Все эти политические решения стали итогом острых общественных дебатов по вопросу будущего национального языка во Франции, но, в сущности, не изменили ситуацию лингвистической катастрофы, о которой еще в начале 90-х годов предупреждали такие деятели культуры, как известный французский политолог, редактор влиятельной французской газеты *La Monde diplomatique* Бернар Кассен, генеральный комиссар по французскому языку (1984–1987 гг.) Филипп де Сен-Робер и многие другие.

Еще в 1989 г. по поручению Экономического и социального совета под руководством Ф. де Сен-Робера был подготовлен доклад «О пользе французского коммерческого языка». В докладе, в частности, подчеркивалось, что выбор языка делового общения отнюдь не является невин-

ным актом, ибо речь идет «о культурном выживании французского народа». В основе этого подхода изначально лежала идея де Голля и Мальро, которые считали, что французский язык «воплощал в глазах всего мира высшее сопротивление (монокультуре. – *Авт.*), продиктованное разумом, а не только образом жизни»².

Французское государство в своей культурной политике до начала XXI в. постоянно руководствовалось идеями голлизма, предпринимало все новые и новые меры для защиты и продвижения французского языка и французской культуры в мире.

Так, например, возглавивший в 1990 г. Гендирекцию по культурным, научным и техническим связям Жан-Пьер Ангреми добился создания под эгидой МИД Агентства по преподаванию французского языка за рубежом (*AEFPE*) – важного государственного органа по разработке и координации всей политики Франции в этой области.

На начало XXI в. бюджет агентства приближался к 400 млн евро, 84% которого составляли государственные субсидии, остальное – поступления из частных источников. Наибольшее число учеников во французских школах за рубежом приходилось на Западную Европу (35,8 тыс.), Тропическую Африку (30,8 тыс.), Латинскую Америку (24,2 тыс.) и Магриб (21,7 тыс.). Цифры по Центральной и Восточной Европе были на порядок ниже – 3,3 тыс. чел. 2 Самым маленьким французским учебным заведением за рубежом была школа в Катманду (Непал), а самым большим – лицей Льотэ в Касабланке (Марокко).

В 2009–2010 гг. сеть французских учебных заведений за рубежом насчитывала 470 учреждений в 130 странах, где обучались более 200 тыс. чел.

В этой системе были заняты более 10 тыс. преподавателей, в том числе свыше 1,2 тыс.

направленных из метрополии, 5,4 тыс. французов, постоянно проживающих за рубежом, и 3,8 тыс. местных граждан¹⁸.

К слову, лишь 41 филиал российских вузов находится в странах СНГ, в остальном мире это вообще единицы, а центры изучения русского языка представлены в 21 стране¹⁹.

При всех достоинствах лингвистическая политика Франции не лишена противоречий. Так, вразрез с заявлениями политиков и дипломатов о важности защиты французского языка, объем средств, выделяемых государством на эти цели, в последние годы постоянно сокращался, что привело к закрытию некоторых французских центров культуры за рубежом.

В 1996 г. был закрыт Научно-исследовательский центр по распространению французского языка (*CREDIF*).

Сократилось и число стипендий, выплачиваемых иностранным студентам во Франции.

В 1997 г. министр иностранных дел объявил о распространении бесплатного метода изучения французского языка по Интернету, но из-за нехватки средств его смогли сделать доступным только в 2000 г.

Выступая в 1998 г. перед учащимися французского лицея в Шанхае, премьер-министр-социалист Лионель Жоспен непонятно зачем заявил, что английский является отныне единственным средством международного общения. Примечательно, однако, что при общем ослаблении позиций французского языка в мире число изучающих французский язык школьников и студентов, в частности, в Западной Европе (кроме Франции) за период углубления там интеграционных процессов с 1984 по 1994 г., увеличилось на порядок и составило 20,9% всех учащихся (около 59 млн чел.).

Если по данным Высшего совета франкофонии в 1990 г. в мире насчитывалось 104,6 млн франкофонов, т.е. их число осталось стабильным с 1985 г.²⁰, то к 2013 г., по данным Международной организации франкофонии, число франкофонов выросло до 145 млн чел.²¹

Политика сохранения языка тесно связана с книгоиздательством и экспортом печатной продукции. И в этом направлении России есть чему поучиться. Экспорт французской книги всегда был одним из приоритетов внешней культурной политики, а помощь экспортерам французской книги – одной из основных задач Национального центра книги (*CNL*), созданного, правда, под другим названием еще в 1946 г. Долгое время экспорт книги оставался крупной статьей дохода страны: в начале 90-х годов за рубежом через специально созданный орган – Центр экспорта французской книги – реализовывалось 20% издательской продукции Франции²². В свою очередь, *France Editions* обеспечивала участие французской продукции на зарубежных книжных ярмарках.

Министерство иностранных дел в период с 1990 по 2000 г. в рамках своих культурных программ содействовало переводу 4 тыс. произведений французских авторов на 42 языка в 56 странах, а также организовывало салоны французской книги в Монреале, Квебеке, Бейруте и других крупных городах мира.

Около 300 зарубежных авторов за этот период смогли представить во Франции свои произведения, переведенные на французский язык.

С 1994 г. во всех культурных центрах Франции за рубежом были открыты бюро документации в письменном и электронном виде. Только на эти цели ежегодно выделялось 94 млн франков, включавшие зарплату 78 специализированных представителей по вопросам документации и книгоиздательства².

Продвигать и продавать французскую литературу в мире, где в последние годы доминирует английский язык, непростое дело, требующее огромных усилий и затрат. Поэтому государство оказывало и оказывает прямую помощь национальным издателям в экспорте их продукции в форме различных субсидий, оплаты услуг переводчиков, транспортных скидок и освобождения от налогов (только в 1998 г. на эти цели было выделено 38 млн франков по линии *France Editions* и Центра экспорта французской книги). По этой же линии в 1998 г. были выделены дополнительно субсидии в размере 4,6 млн

франков на издание за рубежом почти 400 произведений французских авторов.

Субсидии на распространение французских периодических изданий (этим занимается специальная структура – *Unipresse* начиная с 1960 г., постоянно, хотя и с колебаниями увеличивались, достигнув пика в 1990 г. – 41,42 млн франков. Субсидии были сокращены до 18,5 млн франков в 1997 г. в связи с активным развитием электронной прессы. Тем не менее французская книгоиндустрия продолжает играть важную роль в продвижении культурной политики.

В заключение еще раз подчеркнем следующее. Глобализация и сопровождающее ее бурное развитие новых коммуникационных технологий на фоне агрессивной экспансии массовой американской культуры стали серьезным вызовом традиционной лингвистической политике Франции. И хотя принимаемые правительством и гражданскими институтами меры не могут сегодня вернуть французскому языку былой славы, тем не менее он остается одним из языков общения десятков миллионов людей, языком транснациональных компаний и наднациональных структур, а значит, и языком глобализации.

Это стало возможным во многом благодаря стратегической установке на сохранение великого культурного наследия и на использование культуры как фактора политического влияния. Это, пожалуй, самый главный вывод, которому нас учит опыт Франции.

Примечания

- ¹ Филимонов Г.Ю. Культурно-информационные механизмы внешней политики США. М.: РУДН, 2012. С. 9.
- ² Raymond J.-F. de. L'action culturelle extérieure de la France. Paris: La Documentation française, 2000. P. 26, 61, 20, 31–32.
- ³ Pericard M. La politique audiovisuelle extérieure de la France. Rapport au Premier Ministre. Paris: La Documentation française, 1988.
- ⁴ Histoires de diplomatie culturelle des origines à 1995. Paris: La Documentation française, 1995. P. 138.
- ⁵ Decaux A. La politique télévisuelle extérieure de la France. Rapport au Premier Ministre. Paris: La Documentation française, 1989.
- ⁶ Du cinéma au multimedia. Les notes de l'IFRI, 1998 // URL: http://www.ifri.org/files/Notes_ifri/Notes_05.pdf
- ⁷ URL: <http://www.tv5.org/cms/Asie/Footer/p-5532-s4-z1-lg3-About-TV5MONDE.htm>
- ⁸ URL: <http://www.tv5.org/lg7?&signal=10&zone=109>

- ⁹ AFP around the world // URL: <http://www.afp.com/en/agency/afp-in-world>
- ¹⁰ URL: <http://www.russian.rfi.fr/node/15292>; <http://www.russian.rfi.fr/node/15289>
- ¹¹ Unifrance // URL: [ww.unifrance.org](http://www.unifrance.org)
- ¹² Cerquiglini B. Les Langues de la France // URL: http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/lang-reg/rapport_cerquiglini/langues-france.html
- ¹³ Baecque A. De // URL: <http://blogs.rue89.com/prise-de-baecque>
- ¹⁴ Saint-Robert M.-J. de. La politique de langues française. Paris: Editions PUF, 2000. P. 65.
- ¹⁵ Статистика английского языка // URL: <http://www.correctenglish.ru/other/english-language-statistics>
- ¹⁶ Конституция Французской Республики // Конституции государств Европейского союза / под общ. ред. Л.А.Окунькова. М.: ИНФРА-М, 1997. С. 665.
- ¹⁷ URL: www.langue-francaise.org/loi_toubon.php
- ¹⁸ URL: www.assemblee-nationale.fr/13/cr-mec/09-10
- ¹⁹ Российское образование для иностранных граждан // URL: <http://www.russia.edu.ru/rus/test/#zarub>; <http://www.russia.edu.ru/obruch/sng/1115>
- ²⁰ Assemblée Nationale // Rapport d'information. 1991. № 390. P. 35.
- ²¹ The International Organization of La Francophonie // URL: <http://www.francophonie.org/Welcome-to-the-International.html>
- ²² Caron R. l'Etat et la Culture. Paris: Economica, 1989. P. 43.