

СТРАТЕГИЯ МЯГКОЙ СИЛЫ ФРАНЦИИ

Мухамедярова Рената Рустамовна,

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,
Институт социально-политических наук,
магистрант,
г. Екатеринбург, Россия,
E-mail: muhamediarovarr@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматривается современная французская стратегия культурного влияния, основывающаяся на разветвленной инфраструктуре из 96 Institut française и более чем 300 Alliance française, напрямую подчиняющихся Министерству иностранных дел и расположенных в 161 стране мира. Автор анализирует эволюцию и факторы, вызвавшие изменения во французской стратегии мягкой силы.

Ключевые слова:

мягкая сила, дипломатия влияния, франкофония, образовательный обмен, культурный обмен, новые медиа.

Опыт последних десятилетий убедительно демонстрирует возвышение значимости мягких инструментов силы и влияния в мировой политике – итоги «Арабской весны» и нынешние украинские события – лишнее тому подтверждение. Но и в этом пространстве последнее время уверенно лидируют США, умело комбинируя, так называемые, *hard power* и *soft power* в своей политике. Однако прогнозируется, что в скором времени за очевидным экономическим спадом последует и спад международного влияния США. Ответом на вопрос куда сместится мировой полюс силы будет то государство, которое сумеет в полной мере освоить искусство *soft power* в дополнение к стабильному экономическому росту.

Понятие «мягкой силы» прочно вошло в современный российский лексикон: к нему апеллирует концепция внешней политики РФ 2013 года, а инновационный центр Сколково считает индекс мягкой силы для развивающихся стран, неизменно ставя Россию на третье место после Китая и Индии [13]. Нельзя не отметить, что даже такое минимальное восприятие Россией идеи приносит свои плоды на внешнеполитической арене. Мы впервые ясно услышали голос России в рамках сирийского конфликта, заметно выросла международная положительная оценка после проведения Олимпиады в Сочи (успехам мероприятия и лично В.В. Путина были посвя-

щены обложки американского *The Economist*, *The Washington Time* и *The New Yorker*, к тому же указывающих на возрождающееся имперское величие России и ослабление США и лично позиций Б. Обамы в связи с событиями в Сирии), а кампания по присоединению Крыма к России только зафиксировала значимость и успехи в освоении технологий мягкой силы.

Понятие «*soft power*» или «мягкой силы» было разработано Д. Наем, в противовес *hard power* – военному и/или экономическому принуждению, как способность государства оказывать влияние на другие государства, их интересы и поведение в международном политическом и экономической пространстве за счет своей привлекательности [1]. При построении своей аргументации Най апеллирует к международному рангу и богатому опыту Франции в этой сфере. *Soft power*, или как говорят французы «*la puissance douce*» – спокойное могущество, по самой своей идее должно опираться, как минимум, на либеральный режим, на развитость, универсальность культуры и мощные средства ее распространения, на научно-техническое превосходство, прогрессивную систему образования, передовую коммуникационную систему, национальную и социальную монолитность общества, а также на политическую волю и умение пользоваться этим могуществом и, как результат, на способность утверждать и отстаивать свою

Конференц-зал

национальную самобытность и свои законные интересы. По всем этим параметрам Франция, конечно, не в состоянии сегодня соперничать с США, но пока еще обладает достаточным потенциалом и наработанной инфраструктурой, чтобы, как минимум, противостоять американской культурной экспансии.

По мере ослабления сугубо национальной окраски внешней политики Франции, как и некоторых других развитых стран мира, главная стратегия современной французской внешней политики и, следовательно, скрытое или явное стремление к сохранению своего могущества заключается в опоре на многостороннюю дипломатию и европейскую интеграцию. Кроме того, из всех традиционных технологий soft power (экономика, человеческий капитал, культура, дипломатия, политика, образование, бизнес и инновации [15]) Франция делает ставку на культурное измерение могущества и отчасти на образовательный обмен (но только отчасти, потому что все усилия в этой области оборачиваются попаданием лишь двух французских университетов: Высшей нормальной школы (28 место) и Политехнической школы (41 место) в рейтинг ведущих высших учебных заведений мира по версии QS 2013 года [12]). Помимо общекультурной политики, особый акцент на государственном уровне делается на обеспечение конкурентоспособности киноиндустрии, распространении французского языка; гастрономия и мода создают мощный канал влияния через крайне гедонистический концепт «art de vivre»; среди недавних акцентов в культурной политике Кэ д'Орсэ особо отмечается интернет и новые медиа. Функции продвижения французской экономики и товаров (в том числе машиностроения и ВПК) также лежат на региональных культурных институциях – что позволяет наиболее прицельно и сегментированно осуществлять коммуникацию с местным истеблишментом по вопросам межгосударственного и частного экономического сотрудничества.

Най не случайно разрабатывает идею soft power применительно к Франции, культурная политика, равно как и дипломатия – французские изобретения. А именно культурная дипломатия или дипломатия влияния являются основополагающими частями soft power.

Ретроспективный взгляд на «мягкую силу» Франции

Министерство культуры и коммуникации Франции в своей ежегодной брошюре указывает на то, что его административная организация берет свое начало в XVII в. – с созданием в 1654 г. генерального суперинтендантства по управлению королевской недвижимостью. Этот акт служит отправной точкой отсчета в богатой истории французской культурной политики. Как свидетельствуют архивные документы, уже Карл Великий и последующие поколения французских принцев в VIII–XII вв. проявляли заботу о содержании школ, реставрации манускриптов, окружали себя учеными, художниками и артистами – что впоследствии получило название «Ренессанс эпохи Каролингов». При этом культурная политика всегда рассматривалась неотъемлемой частью дипломатии – в XVI веке был подписан договор, способствующий проникновению французского языка на ближний восток, договор о покровительстве местным султанам над христианами. Первые же серьезные попытки культурной дипломатии были связаны с насаждением католичества, когда в XVII веке римская курия признает права на руководство французскими католическими миссиями.

Пик успеха французской soft power приходится на рубеж XVIII–XIX веков. Тогда же происходит освоение Канады, Ливан становится ближневосточным центром французской культуры, таким образом формируется мощное движение франкофонии. В тот период Франция как великая держава, гегемон имела свои колонии и свои сферы влияния в мировом пространстве. Французскую культуру за рубежом насаждали такие видные деятели эпохи, как Жан-Жак Руссо, который в 1743 г. служил секретарем французского посла в Венеции, Вольтер – при дворе Фридриха II в Пруссии, а Дидро в 1773–1775 – при дворе Екатерины II в России. Секретную миссию в Пруссии за три года до Великой французской революции, начавшейся в 1789 году выполнял один из ее вдохновителей граф Мирабо. В 1803 году Шатобриан по приглашению Наполеона работал послом в Берлине, Лондоне и Риме, а в 1823–1824 даже был министром иностранных дел Франции.

Конференц-зал

На дипломатическом поприще провели часть своей жизни писатели Стендаль и Ламартин. То есть тесная связь между дипломатией и культурой во Франции завязалась еще в до-стопамятные времена и постоянно укреплялась. Неслучайно французский язык уже тогда стал придворным и дипломатическим языком Европы и, следовательно, естественным вектором французской культуры.

Также значимым фактором культурного влияния Франции за рубежом уже тогда было также техническое сотрудничество. В 1899 году французы проложили кабель по дну Китайского моря, наладив тем самым телеграфное сообщение между Малаккой и Кохинхиной вплоть до Японии. В 1908 году Далай-лама попросил Францию установить телеграфную линию с Тибетом.

Одновременно Франция не ослабляла борьбу за сохранение роли французского как языка дипломатии. В 1902 году созданная на основе Гаагской конвенции постоянная палата третейского суда должна была заняться разбирательством спора между США и Мексикой. Узнав, что американцы собираются сделать официальным языком разбирательства английский, посол Франции в Вашингтоне Жюль Камбон направил депешу, испрашивая инструкции для противодействия этому намерению. Последовало согласие Кэ д'Орсэ и вскоре на заседании в Гааге при поддержке Бельгии, Румынии, Дании и некоторых других стран было объявлено, что официальным языком «права и дипломатии» остается французский. Это положение сохранялось вплоть до подписания Версальского договора в 1919 году, который по настоянию Вудро Вильсона был составлен на двух языках. Это стало первым реальным сигналом изменения глобального соотношения интеллектуальных сил в мире.

В целом, этот период характеризуется довольно спонтанным мессианизмом с опорой на латинское происхождение, христианскую сущность, универсализм французского языка и культуры, республиканские идеи Великой Французской Революции, наработки французской академии наук и философов Просвещения. Четкая и систематизированная структура мягко-

го могущества Франции выстраивается значительно позже.

Только в 1920 году декретом президента Пуанкарэ Бюро по делам французских школ и благотворительности при министерстве иностранных дел было реформировано и превращено в более мощную Службу французской культурной деятельности в рамках Управления по политическим и торговым делам Кэ д'Орсэ и состояло уже из трех отделов (по междуниверситетским, артистическим обменам и обменам в области искусства). Перед новой Службой была прямо поставлена задача обеспечить интеллектуальную экспансию Франции во внешнем мире. Началось системное создание сети французских лицеев и культурных центров за рубежом, а ассигнуемые государством на эти цели средства в межвоенный период не переставали расти. В 1945 году де Голль реформирует систему soft power и таким образом запускает процесс институционализации системы французской мягкой силы.

Три столпа современной «мягкой силы» Франции

Жозеф де Мэстр в одном из писем в декабре 1809 пишет: «вся французская нация есть не что иное, как широкая пропаганда» [10], подразумевающая глубокую укорененность технологий soft power в культуру французской нации. И правда, французская мягкая сила зиждется на трех условных столпах:

- Великая культура, наука и философия. Полсотни лауреатов Нобелевской премии, Вольтер, Монтескье, Бальзак, Гюго, Камю, Сартр, художники-импрессионисты и т. д. обусловили огромный и неопределимый вклад в мировую культурную копилку и по сей день являются значительными источниками мягкого могущества Франции.

- Уникальная модель политического устройства (идеи Великой Французской Революции, демократии, прав человека, республиканская традиция). Полноценная империя не может существовать без политической идеи «на экспорт», в случае с Францией – это «liberté, égalité, fraternité».

Конференц-зал

- «Art de vivre» – идеологема альтернативная «американской мечте», обуславливающая ряд типично французских феноменов: высокая гастрономия, высокая мода и т. д.

Функции продвижения всех этих столпов французской мягкой силы лежат на разветвленной сети культурных учреждений по всему миру – более 150 культурных институтов, более тысячи Alliance française, которые проводят 50 000 мероприятий ежегодно [8] – именно они являются проводниками французской культуры а, соответственно, и политики.

Институциональная структура обеспечения «мягкой силы» Франции

Современный вид институционализированная система французской soft power приобрела не сразу. В 1815 года культурные институты за рубежом только начинают формироваться. В 1922 году – бюро по делам французских школ и благотворительности при министерстве иностранных дел было реформировано и превращено в более мощную французскую ассоциацию художественных искусств (AFFA) в рамках Управления по политическим и торговым делам Кэ д'Орсэ и состоит уже из трех отделов (по межуниверситетским, артистическим обменам и обменам в области искусства). Перед новой службой была прямо поставлена задача «обеспечить интеллектуальную экспансию Франции во внешнем мире». Началось системное создание сети французских лицеев и культурных центров за рубежом, а ассигнуемые государством на эти цели средства в межвоенный период не переставали расти. В 2006 году AFFA объединяется с ADPF (ассоциацией по распространению французского мышления) под названием Culture française и в статусе некоммерческой организации, а в 2011 – оформляется единая организация Institut française в юридическом статусе неправительственной организации, что позволило увеличить бюджет до трети от всего бюджета министерства иностранных дел [7]. Тогда же было выделено дополнительных 100 млн. евро [11] под выполнение новых задач, среди которых:

- Увеличить долю французского кино на международном рынке (доля французских

сборов в мировом кинопрокате на 2013 год по данным сервиса kinopoisk.ru составила 2,25%. Безусловным лидером с 75% рынка являются США. Но даже это колебание на уровне 2–3% было достигнуто посредством проведения сбалансированной политики по наращиванию аудиовизуального присутствия: продвижением французского кино за рубежом занимается компания «uniFrance Films». Статистика на сегодняшний день такова, что из 250 производимых ежегодно во Франции фильмов, в среднем 50 попадает на российский рынок. Были и эксперименты с квотированием, но они не увенчались успехом – сразу после Второй мировой войны вводились квоты по количеству экранного времени, дабы не позволить заполнить все экранное время американской продукцией – три недели в квартале были зарезервированы под французское кино, затем они продлились до пяти недель в квартале, а затем и до шести, спустя 4 года их отменили за неэффективностью. С тех пор система основывается на импульсе и поддержке, а не на запрете. Кроме того, Франция активно противостояло созданию зоны свободной торговли между Евросоюзом и США, несмотря на огромный товарооборот и значительные преимущества от подписания договоренностей, опасаясь наплыва американской теле- и кинопродукции, а также проблемы сохранения названий некоторых исконно французских товаров, например игристого вина из провинции Шампань. Вхождение в зону свободной торговли требовало унификации некоторых торговых марок.

- Укрепить французское присутствие в глобальном медиа-пространстве. Причем отдельным пунктом указан акцент на новые медиа – именно они, по задумке нового руководства Кэ д'Орсэ, должны стать локомотивом французской soft power в новом десятилетии. На сегодняшний день крупнейшими медиа являются: радиостанция RFI с 35 млн. слушателей (для сравнения у радиостанции «Голос Америки» – 134 млн.), вещающая на английском, арабском, камбоджийском, китайском, языке хауса, французском, испанском, персидском, португальском, суахили, вьетнамском языках; телеканал France5 – 90 млн. и France24 – 45 млн. зрителей.

- Содействие культурному разнообразию в развивающихся странах.

- Распространение французского языка. Язык является важнейшим фактором культурной дипломатии, и неспроста именно на него Франция в своей внешней политике исторически всегда делала акцент.

Не случайно система французских культурных учреждений за рубежом является самой разветвленной в мире, а ее содержание обошлось французскому государству в более 240 миллионов евро в 2013 году [11]. На конец 2013 года, помимо 154 культурных служб посольств, в ней насчитывалось 144 центра и института культуры и 27 научно-исследовательских центров, к которым следует прибавить 440 французских школ и свыше 1000 отделений *alliance française* в 135 странах, где французский язык изучали более 460 тысяч человек [11].

В своих рейтингах *soft power* *Monocle* [15] из года в год ставит Францию на 3–4 строчку, памятуя о разветвленной сети культурных институтов, развитой модной индустрии – «индустрии люкса» и гастрономии, богатой культуре и имперском прошлом, но факт остается фактом: влияние Франции сегодня стремительно падает. Нынешний президент Ф. Олланд – политик непопулярный и не обладающий достаточной харизмой для продвижения французских интересов и ценностей за рубежом. Кэ д'Орсэ само признает необходимость наращивать темпы своей культурной дипломатии [11] и в качестве векторов роста выбирают *new media* и интернет – в итоге, спустя 3 года после утверждения новой концепции *soft power*, абсолютно все политические и культурные институты Франции, а также основные акторы включены в интернет-пространство и разворачивают серьезную социальную активность, но сегодня этого уже недостаточно.

Франция делает ставку по-прежнему на киноиндустрию, когда новички рейтинга *Monocle* ставят на телеконтент – сериалы, что, как оказалось, куда выгоднее как финансово, так и в плане международного влияния (Дания стабильно раз в год продает ведущим американским телеканалам франшизы на переработку своих «телехитов»). Франция делает ставку на высокое

искусство и индустрию люкса – скандинавы же ставят на дизайн и массовый сегмент аудитории и снова выигрывают. Франция безнадежно устареела в плане выбора секторов для своей культурной дипломатии. Золотой век французской *soft power* давно позади, и сегодня она пожинает плоды наработанной еще в те далекие славные времена инфраструктуры вроде масштабной сети *alliance française* по всему миру.

1. Джозеф С. Най. Мягкая сила. Слагаемые успеха в мировой политике. Нью-Йорк: Паблик афферз. 2004. 192 с.

2. Косенко С. Культура Франции на службе внешней политики // Обозреватель. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.observer.materik.ru/observer/N10_2013/038_050.pdf.

3. Майкл Б., Хартвелл К., Нуреев Б. «Мягкая сила» – палка о двух концах? // BRICSmagazine [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bricsmagazine.com/ru/articles/myagkaya-sila-palka-o-dvuh-kontsah>.

4. Смирнова Л. «Мягкая сила» России: как найти «точки входа» в сферу интересов зарубежных аудиторий? // РСМД. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://russiancouncil.ru/blogs/larisa-smimova/?id_4=858.

5. Cubertafond B. Voyages autour du declin de la France [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.afri-ct.org/Voyages-autour-du-declin-de-la?lang=fr>.

6. Dehousse R. La France et l'Europe: continuité ou rupture? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.afri-ct.org/La-France-et-l-Europe-continuite?lang=fr>.

7. Dufourmantelle A. Puissance de la douceur. – Paris: Payot, 2013. – 160 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lacauselitteraire.fr/puissance-de-la-douceur-anne-dufourmantelle>.

8. Gouteyron A. Rapport d'information n°428: Quelles réponses apporter à une diplomatie culturelle en crise? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.senat.fr/rap/r07-428/r07-428.html>.

9. HAIZE D., La diplomatie culturelle française: une puissance douce? // Ceriscope. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ceriscope.sciences-po.fr/puissance/content/part2/la-diplomatie-culturelle-francaise-puissance-douce>.

10. Martel F. Pourquoi la France a perdu la bataille de la diplomatie culturelle // L'express. – 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.lexpress.fr/actualite/politique/pourquoi-la-france-a-perdu-la-bataille-de-la-diplomatie-culturelle_1061087.htm.

11. Projet de loi de finances pour 2013: Action extérieure de l'État: diplomatie culturelle et d'influence / Besson J., Beaumont R. au nom de la commission des affaires étrangères [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.senat.fr/rap/a12-150-2/a12-150-2.html>.

12. QS World University Rankings 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2013#sorting=rank+region+=country+=faculty+=stars=false+search="](http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2013#sorting=rank+region+=country+=faculty+=stars=false+search=).

13. Rapid-growth markets soft power index spring 2012 / Ernst&Young, Skolkovo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://emergingmarkets.ey.com/wp-content/uploads/>

Конференц-зал

downloads/2012/05/TBF-606-Emerging-markets-soft-power-index-2012_LR.pdf.

14. Roche J.J. La France et l'universel [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.afri-ct.org/La-France-et-l-universel?lang=fr>.

15. Soft power survey 2013 // Monocle [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://monocle.com/film/affaires/soft-power-survey-2013/>.

16. Xing H. Perceptions exterieures de la politique etrangere de la France: un point de vue chinois [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.afri-ct.org/Perceptions-exterieures-de-la?lang=fr>.

1. Dzhozef S. Naj. Myagkaya sila. Slagaemye uspeha v mirovoj politike. N'yu-York: Pablik afferz. 2004. 192 s.

2. Kosenko S. Kul'tura Francii na sluzhbe vneshnej politiki // Obozrevatel'. – 2013 [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.observer.materik.ru/observer/N10_2013/038_050.pdf.

3. Majkl B., Xartvell K., Nureev B. «Myagkaya sila» – palka o dvuh koncax? // BRICSmagazine [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://bricsmagazine.com/ru/articles/myagkaya-sila-palka-o-dvuh-kontsah>.

4. Smirnova L. «Myagkaya sila» Rossii: kak najti «tochki vxoda» v sferu interesov zarubezhnyx auditorij? // RSMD.– 2013 [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://russiancouncil.ru/blogs/larisa-smirnova/?id_4=858.

5. Cubertafond B. Voyages autour du declin de la France [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.afri-ct.org/Voyages-autour-du-declin-de-la?lang=fr>.

6. Dehousse R. La France et l'Europe: continuite ou rupture? [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.afri-ct.org/La-France-et-l-Europe-continuite?lang=fr>.

7. Dufourmantelle A. Puissance de la douceur. – Paris: Payot, 2013. – 160 p. [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.lacauselitteraire.fr/puissance-de-la-douceur-anne-dufourmantelle>.

8. Gouteyron A. Rapport d'information n°428: Quelles réponses apporter à une diplomatie culturelle en crise? [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.senat.fr/rap/r07-428/r07-428.html>.

9. HAIZE D., La diplomatie culturelle française: une puissance douce? // Ceriscope. – 2013 [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://ceriscope.sciences-po.fr/puissance/content/part2/la-diplomatie-culturelle-francaise-puissance-douce>.

10. Martel F. Pourquoi la France a perdu la bataille de la diplomatie culturelle // L'express.– 2011 [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.lexpress.fr/actualite/politique/pourquoi-la-france-a-perdu-la-bataille-de-la-diplomatie-culturelle_1061087.htm.

11. Projet de loi de finances pour 2013: Action extérieure de l'État: diplomatie culturelle et d'influence / Besson J., Beaumont R. au nom de la commission des affaires etrangeres [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.senat.fr/rap/a12-150-2/a12-150-2.html>.

12. QS World University Rankings 2013 [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2013#sorting=rank+region=+country=+faculty=+stars=false+search=>.

13. Rapid-growth markets soft power index spring 2012 / Ernst&Young, Skolkovo [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://emergingmarkets.ey.com/wp-content/uploads/downloads/2012/05/TBF-606-Emerging-markets-soft-power-index-2012_LR.pdf.

14. Roche J.J. La France et l'universel [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.afri-ct.org/La-France-et-l-universel?lang=fr>.

15. Soft power survey 2013 // Monocle [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://monocle.com/film/affaires/soft-power-survey-2013/>.

16. Xing H. Perceptions exterieures de la politique etrangere de la France: un point de vue chinois [E'lektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.afri-ct.org/Perceptions-exterieures-de-la?lang=fr>.

FRANCE'S SOFT POWER STRATEGY

Mukhamediarova Renata Rustamovna,

Ural Federal University named after First President of Russia B.N. Yeltsin,
Institute of social-political sciences,
magistrant,
Ekaterinburg, Russia,
E-mail: mukhamediarovarr@yandex.ru

Annotation

The article discusses the France's modern cultural diplomacy strategy. This strategy is based on a the largest cultural network of 96 institutes and more than 300 alliances under contract with the Ministry of Foreign Affairs located in 161 different countries around the world. The author analysis the evolution and factors, inspired changes in France's soft power strategy.

Key words:

soft power, diplomacy of influence, francophone, education exchange, cultural exchange, new media.
