

تأثیر سیاست‌گذاری فرهنگی بر قدرت نرم فرانسه

سیدحسام زمانی^۱
سیدمحمدحسین حسینی^۲
سروش اسدالهی^۳

چکیده: تحولات جهانی بعد از پایان جنگ سرد منجر به کاهش رواج ابزارهای سخت افزاری قدرت و تمایل روز افزون بازیگران نظام بین‌الملل به کاربرد قدرت نرم در جهت پیشبرد اهدافشان در عرصه روابط بین‌الملل گردیده است. در میان شاخص‌های مختلف قدرت نرم، از فرهنگ به مثابه منبع بی‌بدیل یاد می‌شود به طوری که نقش این مؤلفه در سیاست خارجی نه تنها در تأثیر غیرمستقیم بر تعیین هویت ملی و فهم جایگاه خود نسبت به دیگران بلکه در تأثیر مستقیم آن بر سیاست‌های فرهنگی سیاست خارجی مؤثر می‌باشد. این قاعده در جهت‌گیری بازیگرانی نظیر فرانسه نیز می‌تواند نقش داشته باشد و به قدرت نرم آن شکل دهد. بر مبنای این مدل از شکل‌گیری رفتار بازیگران، مقاله حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال است که سیاست‌گذاری فرهنگی منسجم چه نقشی را در قدرت نرم کشور فرانسه ایفاء می‌نماید؟ فرضیه مقاله بیان‌گر این است که اتخاذ سیاست فرهنگی منسجم در زمینه‌های ادبیات، هنر، زبان، سینما و فیلم منجر به افزایش قدرت نرم فرانسه گردیده است. این مقاله با استفاده از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و منابع اینترنتی به تأثیر سیاست‌گذاری فرهنگی منسجم بر قدرت نرم فرانسه می‌پردازد.

واژگان کلیدی: فرهنگ، سیاست‌گذاری فرهنگی، قدرت نرم، فرانسه

مقدمه

۱. آقای سیدحسام زمانی، دانشجوی کارشناسی ارشد دیپلماسی و سازمان‌های بین‌المللی، دانشکده وزارت خارجه
۲. آقای سیدمحمدحسین حسینی، دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات منطقه‌ای، دانشکده وزارت خارجه
۳. آقای سروش اسدالهی، دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات منطقه‌ای، دانشکده وزارت خارجه

تاریخ تصویب: ۱۳۹۳/۳/۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۱/۲۰

فصلنامه سیاست خارجی، سال بیست و هشتم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۳، صص ---

از فرهنگ^۱ در عرصه روابط بین‌الملل به عنوان پایه اصلی قدرت نرم یاد می‌شود چرا که قدرت نرم، توانایی شکل‌دهی به ترجیحات دیگران می‌باشد و جنس آن از نوع اقتناع است. امروزه این قرائت از قدرت در مقابل قدرت سخت (قدرت نظامی و تسلیحاتی) که توأم با اجبار و خشونت است به کار می‌رود. در شرایط کنونی روابط بین‌الملل تحت تأثیر عوامل فرهنگی و هویتی قرار دارد. از این‌رو، کسب وجهه و اعتبار بین‌المللی و نفوذ در افکار عمومی و به عبارتی دسترسی به قدرت نرم، از جمله اهداف اساسی کشورها در عرصه بین‌الملل است. کشور فرانسه به عنوان یک قدرت بزرگ اروپایی با اتکا به پیشینه و عظمت گذشته و نیز قابلیت‌های امروزی خود، همچنان مدعی ترویج شیوه و سبک خاصی در جهان است. در واقع فرانسویان تلاش کرده‌اند یک مدل فرهنگی فرانسوی ارائه کنند و سیاست‌گذاری فرهنگی در عرصه سیاست خارجی را مورد توجه ویژه قرار دهند. این مدل ریشه تاریخی نیز دارد چرا که در دورانی که فرانسه به عنوان یک قدرت استعمارگر در جهان شناخته می‌شد، تلاش می‌کرد تا ارزش‌های برگرفته از عصر روشنگری را در مستعمرات خود گسترش دهد.

با تشکیل نخستین وزارت فرهنگ فرانسه در سال ۱۹۵۹ امور فرهنگی جایگاهی ویژه یافت. برای نخستین بار اصول اساسی و پایداری برای امور فرهنگی تعیین شد و دولت برای دستیابی به اهدافی روشن به سوی برنامه‌های فرهنگی رفت. آندرو مالرو^۲ پایه‌گذار وزارتخانه فرهنگ، دموکراسی فرهنگی، تمرکززدایی، پاسداری از تنوع و تمایز فرهنگی را اصول سیاست فرهنگی خود اعلام کرد. در شرایط کنونی کشور فرانسه با وجود چالش‌های عمده‌ای که متوجه فرهنگ و هویت آن شده است، همچنان از بسیاری جهات جاذبه‌های خود را برای جهانیان حفظ کرده است، به طوری که این کشور هنوز نخستین مقصد جهانگردان است و زبان، ادبیات، فلسفه، خوراکی‌ها، هنرهای نمایشی و پوشاک طراحی شده در آن کشور، همچنان اذهان و افکار عمومی را در سراسر جهان به خود جلب می‌کند. سیاست‌های فرهنگی پنجاه سال گذشته نشان می‌دهد به‌رغم دست‌به‌دست شدن قدرت میان جناح‌های چپ و راست، برخی از اصول به عنوان اساسی‌ترین اصول سیاست‌گذاری فرهنگی در این سال‌ها در دستور کار تمام دولت‌ها قرار داشته است. بر این اساس، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال است که سیاست‌گذاری فرهنگی منسجم چه نقشی را در قدرت نرم کشور فرانسه ایفا می‌نماید؟ فرضیه تحقیق بیان‌گر این است که اتخاذ سیاست فرهنگی منسجم در

1. Culture

2. Andrew Marlow

زمینه‌های ادبیات، هنر، زبان، سینما و فیلم منجر به افزایش قدرت نرم فرانسه گردیده است. روش تحقیق حاکم بر پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی بوده و با توجه به ماهیت و موضوع مورد مطالعه، گردآوری اطلاعات از روش‌های گوناگون و به‌طور کلی برمبنای روش کتابخانه‌ای و اینترنتی است. بررسی قدرت نرم، فرهنگ و سیاست‌گذاری فرهنگی^۱ فرانسه از جمله مؤلفه‌هایی هستند که در مقاله پیش رو با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی به واکاوی آن‌ها پرداخته می‌شود.

۱. چارچوب نظری

۱-۱. قدرت نرم

قدرت نرم^۲ نخستین بار در چارچوب نظریه‌ای مستقل به وسیله جوزف نای^۳ در سال ۱۹۹۰ در باب بازبینی ماهیت و نتایج قدرت آمریکا مطرح شد (Nye, 1991: 25). از نظر نای این نوع قدرت را می‌توان چهره دوم قدرت نامید (Nye, 2003: 66-67). قدرت نرم دربرگیرنده مؤلفه‌های فرهنگی، ایدئولوژیک، سیاسی و رهبری است، ارزش‌هایی نظیر مردم‌سالاری و حقوق بشر که دارای جذابیت‌های جهان‌شمول است از دیگر منابع قدرت نرم محسوب می‌شود. بنابراین در مقابل قدرت سخت^۴ که با شاخص‌هایی چون توانمندی‌های نظامی یک کشور در ارتباط است، قدرت نرم با توانایی‌های علمی، فرهنگی و سیاست خارجی و داخلی مرتبط است (Nye, 1991: 32). از نظر نای قدرت نرم به معنای توانایی جلب و ترغیب است نه اجبار و تحمیل. قدرت سخت، توانایی اجبار و تحمیل ناشی از قدرت نظامی و اقتصادی کشور است اما قدرت نرم، نتیجه جذابیت فرهنگ (شامل ارزش‌ها، هنجارها و آداب و رسوم)، آرمان‌های سیاسی و سیاست‌های حکومت است. تحمیل امپریالیستی ارزش‌های یک کشور به کشورهای دیگر ممکن است نه تنها باعث جلب دیگران نشود بلکه قدرت نرم نیز به وجود نیورد. این همان کاری است که بوش پسر به آن متهم است (Nye, 2003: 63).

به طور کلی از سه طریق می‌توان به خواسته‌های خود دست یافت؛ تهدید و اجبار، پرداخت هزینه و پاداش و ایجاد جذابیت. راه سوم یعنی ایجاد جذابیت همان قدرت نرم است. بنابراین قدرت نرم توانایی تغییر دادن ترجیحات و اولویت‌های دیگران از طریق جذابیت است. نای معتقد است منابع تولیدکننده قدرت نرم در سیاست

-
1. Cultural Policy
 2. Soft Power
 3. Joseph Nye
 2. Hard Power

بین‌المللی، ارزش‌های موجود در فرهنگ، عملکرد و سیاست‌های داخلی کشورهاست. گاهی کنترل و به‌کارگیری قدرت نرم برای برخی از کشورها دشوار می‌شود ولی نباید هیچگاه اهمیت آن را فراموش کرد. نای براین باور است هرچند قدرت نرم و قدر سخت در هم تنیده است ولی قدرت نرم به قدرت سخت وابسته نیست. وی در این باره به وضعیت اتحاد جماهیر شوروی اشاره می‌کند که این کشور بعد از حمله به مجارستان و چکسلواکی بخش عمده قدرت نرم خود را از دست داد. علاوه بر این، نهادها نیز قادرند قدرت نرم کشور را تقویت کنند. به عنوان مثال، بریتانیای قرن ۱۹ و ایالات متحده قرن ۲۱ ارزش‌های خود را با استفاده از قواعد و نهادهای بین‌المللی توسعه دادند (عسکری، ۱۳۸۳: ۱۵۰-۱۴۹).

۲-۱. فرهنگ

از میان منابع قدرت‌آفرین که جملگی تأثیری غیرمستقیم و غیرملموس داشته و بر مبنای جذابیت عمل می‌کنند، تنها عنصر فرهنگ در کانون توجه مقاله حاضر قرار دارد که آن را به مثابه مهم‌ترین منبع قدرت نرم بررسی می‌کنیم. فرهنگ از جمله واژگانی است که به دلیل تنوع و تکثر نگرش و رویکردهای معطوف به آن دارای تعاریف زیادی است. هر کس با توجه به نگرش خود به موضوع، تعریف خاصی ارائه نموده است. از این رو، جهت رفع این آشفتگی در مفهوم به برخی از تعاریف اشاره می‌گردد. برخی معتقدند فرهنگ، مجموعه سازمان‌یافته‌ای از هنجارها، ارزش‌ها و قواعد است. سِر ادوارد تایلر^۱ معتقد است که فرهنگ، عبارت از مجموعه دانش‌ها، اعتقادات، هنرها، اخلاقیات، قوانین، رسوم و هرگونه توانایی و عادت دیگری که به وسیله انسان به عنوان عضو جامعه، کسب شود (بشیریه، ۱۳۷۹: ۸). فرهنگ در معانی وسیع‌تر شامل تمام فرآورده‌ها و تولیدات انسانی است که در مقابل فرایندها و تولیدات طبیعت قرار می‌گیرد. برخی دیگر از فرهنگ‌شناسان و تمدن‌شناسان، دو واژه فرهنگ و تمدن را یکی تلقی نموده، در حالی که برخی دیگر، این دو را جدا می‌کنند (گی‌روشه، ۱۳۶۷: ۲۰). همچنین تعریف ریموند ویلیامز^۲ از فرهنگ نیز قابل توجه است. به عقیده وی، فرهنگ به عنوان فرایند عمومی تکامل و توسعه فکری، معنوی و زیباشناختی و به عنوان شیوه خاص زندگی مردمی خاص یا دورانی خاص تعریف می‌شود و یا به‌طور کلی به عنوان فرآورده‌های فعالیت فکری و هنری تعریف می‌گردد که به نظر می‌رسد این تعریف، شامل

1. Sir Edward Taylor
2. Raymond Williams

کل فلسفه، اندیشه، هنر و خلاقیت فکری یک عصر یا کشور و همچنین آداب، عادات و رسوم و مناسک اقوام و ادبیات و هنرهای مختلف می‌شود (بشیریه، ۱۳۷۹: ۹).

بنابراین آنچه از مفهوم فرهنگ در این تحقیق مدنظر است، تعریف خاصی از فرهنگ است که شامل بخش نرم‌افزاری یک تمدن می‌شود که مجموعه دانش‌ها، اعتقادات، ارزش‌ها، هنجارها، طرز تلقی‌ها، آداب و رسوم که به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه توسط انسان اکتساب می‌شود را در بر می‌گیرد. از واژه فرهنگ در قاموس و عرف سیاست بین‌الملل به عنوان قدرت نرم یاد می‌شود و آنچه از محتوای کلمات متفکران و اندیشمندان در توضیح واژه قدرت نرم بر می‌آید این است که قدرت نرم، محصول و برآیند تصویرسازی مثبت، ارائه چهره موجه از خود، کسب اعتبار در افکار عمومی داخلی و جهانی، قدرت تأثیرگذاری غیرمستقیم توأم با رضایت بر دیگران می‌باشد. برخی از عواملی که تولیدکننده یا تقویت‌کننده قدرت نرم هستند عبارتند از: ترویج زبان و ادبیات، تبلیغ آرمان‌ها و ارزش‌های متعالی، ارتباط دیپلماتیک مناسب و گسترده، مناسبات و مبادلات فرهنگی، بهره‌گیری مناسب از اطلاعات و فرهنگ در راستای مقاصد دیپلماتیک، طراحی و اتخاذ استراتژی‌ها و سیاست‌های مقبول، زدودن ذهنیت‌های تاریخی منفی، کسب جایگاه علمی پیشرفته و فناوری‌های نوین، توان اقتصادی بالا، قدرت شکل‌دهی و کنترل افکار عمومی، قدرت نفوذ در باورها و نگرش‌ها، برخورداری از شبکه‌های خبری جهان‌گستر و قدرت تولید و توزیع محصولات رسانه‌ای متنوع به کشورها و نفوذ در رسانه‌های بین‌المللی (نای، ۱۳۸۲: ۴۵).

همچنین برخورد مناسب و اتخاذ مواضع مقبول در برخورد با بحران‌های بین‌المللی، ارائه خدمات بشردوستانه، رعایت استانداردهای حقوق بشر، حمایت از جنبش‌های سبز و محیط زیست، مشارکت در جنبش‌های صلح‌طلب و نیروهای حافظ صلح، تشکیل انجمن‌های دوستی با کشورهای مختلف، حضور گسترده در جوامع فرهنگی و رایزنی‌های فرهنگی در سطح وسیع در ایجاد و تقویت قدرت فرهنگی مؤثرند. برخی از نویسندگان حوزه روابط بین‌الملل، عوامل مؤثر دیگری را در تولید قدرت نرم و سخت ذکر نموده‌اند که عبارتند از: وضعیت جغرافیایی (آب و هوا، وسعت خاک، موقعیت ژئوپلتیک، جمعیت و نیروی انسانی)، ظرفیت صنعتی، ارتباطات، استعدادهای علمی، اختراعات، ابتکارات، سازمان‌های اداری و دولتی، ایدئولوژی و اخلاق اجتماعی، اطلاعات و سطح آگاهی، خرد رهبری و روحیه ملی (کاظمی، ۱۳۷۰: ۱۳۸). در مجموع می‌توان گفت از جمله ممیزات قدرت نرم، مردمی بودن و غیررسمی بودن آن است. به عبارت دیگر، قدرت نرم زمانی می‌تواند تولیدگفتمان سازگاری با افکار عمومی نماید که مستلزم قدرت سخت نباشد و بتواند به دور از محدودیت‌ها و امر و نهی‌های قدرت سخت، در

شرایط و فضای آزاد، تولید گفتمان محلی، منطقه‌ای و فراملی نماید و با سهولت پیام خود را به افکار عمومی جهانیان برساند. نکته قابل توجه آن است که قدرتی که از این طریق حاصل می‌شود را نباید با عوام‌گرایی و تولید عوامانه گفتمان اشتباه گرفت، بلکه قدرت نرم (قدرت فرهنگی) به معنای تخصصی کردن، علمی کردن و عقلانی نمودن حوزه قدرت در همه عرصه‌هاست (مشفق، ۱۳۸۶: ۶). بنابراین در آوردگاه نبردهای نوین، کشوری پیروز میدان خواهد بود که بتواند با اتکا بر قدرت نرم، در عمق باورها و ذهنیت‌ها رسوخ کرده و جهان‌بینی و ارزش‌های فرهنگی خود را به عنوان نسخه برتر و در دسته‌بندی‌های جذاب و خوش رنگ و لعاب در بازار مصرف عرضه نماید. کشور فرانسه از این حیث نمونه خاصی به شمار می‌آید چرا که به‌رغم توان اقتصادی متوسط توانسته از قدرت سیاسی و نفوذ قابل توجهی در عرصه بین‌المللی برخوردار شود. امری که به لطف کیفیت خاص و نفوذ منحصر به فرد فرهنگ میسر شده است.

۱-۳. سیاست‌گذاری فرهنگی

سیاست‌گذاری فرهنگی هدف عام تأثیرگذاری در حوزه فرهنگ و توسعه فرهنگی را دنبال می‌کند. سال‌هاست که سیاست‌گذاران به این امر اذعان دارند که تحولات در بسیاری از شاخص‌های داخلی و خارجی همگی از سیاست‌گذاری فرهنگی تأثیر می‌پذیرند. چرایی این موضوع را با ارائه تعریفی از این مقوله بهتر می‌توان درک کرد: سیاست‌گذاری فرهنگی عبارت است از تعیین خط‌مشی‌ها و راهبردهای کلان فرهنگی برای رسیدن به اهداف چهارگانه توسعه فرهنگی یعنی همکاری‌های فرهنگی، مشارکت فرهنگی، میراث فرهنگی و هویت فرهنگی که یونسکو نخستین بار با ارائه مفهوم توسعه فرهنگی آن را مطرح نمود (حسین‌لی، ۱۳۷۹: ۲). یکی از صاحب‌نظران این حوزه با تمایز بین هدف‌های سیاست‌گذاری فرهنگی بر این باور است که سیاست‌گذاری فرهنگی گاه سیاست‌گذاری برای توسعه فرهنگ است و گاه سیاست‌گذاری برای توسعه پایدار که در اولین کاربرد، فرهنگ به مفهوم محدودتر و در دومین نگرش به مفهوم وسیع‌تر به کار می‌رود. در نگرش اخیر بر نقش مرکزی فرهنگ در توسعه تأکید می‌شود (اشتریان، ۱۳۸۱: ۱۰). نظریه‌پرداز دیگری در چارچوب دانش سیاست‌گذاری، سیاست‌گذاری فرهنگی را از نوع برنامه‌ریزی راهبردی می‌داند که از آرمان‌ها و ارزش‌های جامعه (ایدئولوژی) الهام می‌گیرد و دو نوع برنامه‌ریزی میان‌مدت (برنامه‌ها) و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت (طرح‌های اجرایی) را هدایت می‌کند (اجلالی، ۱۳۷۹: ۵۹). بنابراین سیاست‌گذاری فرهنگی را می‌توان کوشش آگاهانه، سنجیده و سازمان‌یافته دولت برای ایجاد تغییر در وضع موجود و دستیابی به اهداف مطلوب در حوزه‌های مختلف فرهنگی

دانست. فقط هنگامی می‌توان از سیاست‌گذاری فرهنگی سخن گفت که امور فرهنگی در دستور کار دولت‌ها قرار گیرد و آن‌ها در این عرصه از اقتدار مشروعشان برای پیاده کردن سیاست‌های از پیش تعیین شده وارد عمل شوند.

۲. یافته‌های تحقیق

۲-۱. جایگاه فرهنگ به مثابه قدرت نرم برای کشور فرانسه

معمولاً در مورد کشور فرانسه گفته می‌شود که از لحاظ فرهنگی این کشور عملاً پیوستگی مکانی، زبانی و تاریخی با دیگر ملت‌ها ندارد. آن‌ها در مقاطعی دست به استعمار سیاسی و فرهنگی ملت‌های دیگر زده‌اند. به طور کلی گفته می‌شود که نژادی به نام نژاد فرانسوی وجود ندارد. این کشور در شمال شامل سرزمین ژرمن‌ها، در مرکز و مغرب شامل سلت‌ها (آلپیان) و در جنوب شامل مدیترانه‌ای‌هاست. اما کشوری است که به لحاظ تمدنی بلوغ زیادی دارد و این کشور هجده قرن تاریخ پیوسته دارد. آندره زیگفرد^۱ که در کتاب روح ملت‌ها دست به بررسی و تدوین عناصر فرهنگی تمدن غرب زده است، هوشمندی و ابتکار فرانسوی را در کنار واقع‌بینی لاتینی، سرسختی انگلیسی، انضباط آلمانی، صوفی منشی روسی و بالاخره بالندگی آمریکایی قرار می‌دهد. وی در زمینه هوشمندی و ابتکار فرانسوی‌ها مهم‌ترین ویژگی‌های تمدنی و فرهنگی فرانسه را در حوزه‌های فرهنگ عمومی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی تقسیم‌بندی کرده است. به لحاظ فرهنگ عمومی مواردی نظیر جهانی اندیشیدن، حفظ و توجه به سنت‌های بومی، هنردوستی، قدرت سازمان‌دهی مناسب، مدیریت خوب، قدرت تجزیه و تحلیل قوی و ادب زیاد حائز اهمیت هستند. از جهت فرهنگ سیاسی، آزادی‌خواهی، استعمارگری، توسعه‌طلبی، دیپلماسی فعال، توجه به اروپا و طرفداری از دولت نظم مهم‌ترین مؤلفه‌ها به شمار می‌روند. از جهت اقتصادی، اشتیاق فراوان به کار و پس‌انداز زیاد را مایه فخر و شرف انسان می‌دانند. نهایتاً به لحاظ فرهنگ اجتماعی، داشتن روحیه وطن‌پرستی، وحدت ملی قوی، ناسیونالیسم، خودخواهی و غرور زیاد و نفرت از بیگانگان مهم‌ترین ویژگی‌های فرهنگ تمدن فرانسه به شمار می‌آیند (ملاقیدی، ۱۳۸۱: ۱۴۷-۱۴۶).

شش حوزه مهم دیپلماسی فرهنگی فرانسه و نهادهای مرتبط با آن‌ها عبارتند از:

۱. مؤسسات فرهنگی فرانسه: این مؤسسات که شمار آن‌ها به ۱۴۵ مرکز می‌رسد از گذشته تا به امروز هسته مرکزی دیپلماسی فرهنگی فرانسه را تشکیل می‌دهند. این مراکز در ۹۲ کشور دنیا پراکنده شده‌اند و محل آشنایی با فرهنگ فرانسه و یادگیری

1 . Andre Siegfried

زبان به حساب می‌آیند. از نظر پراکندگی جغرافیایی بیش از ۵۰ درصد این مراکز در اروپا، ۱۰ درصد آن‌ها در کشورهای مغرب و بقیه در آسیا و آمریکای لاتین پراکنده شده‌اند و در ایالات متحده به جز در واشنگتن چنین مرکزی وجود ندارد. مراکز مذکور به شکل مستقیم با وزارت خارجه فرانسه مرتبط هستند و این وزارت‌خانه، بودجه ۱۳۸ میلیون یورویی و پرسنل آن‌ها را تأمین می‌کند. از این‌رو، مراکز مذکور از استقلال نسبی‌ای که مراکز شبیه به آن مانند مؤسسه گوته (آلمان) و شورای بریتانیا (انگلستان) از آن برخوردارند، سود نمی‌برند. لذا وابستگی مستقیم ساختاری و سلسله مراتبی را باید به عنوان مهم‌ترین ویژگی دیپلماسی فرهنگی فرانسه به حساب آورد.

۲. سازمان مرکزی زبان‌آموزی فرانسه یا اتحاد فرانسه: این سازمان نهادی مستقل و خصوصی است که از سال ۲۰۰۷ زیر نظر بنیاد عام‌المنفعه اتحاد فرانسه فعالیت می‌کند و در ۱۳۳ کشور جهان روی هم رفته ۱۰۷۵ شعبه دارد. هدف اصلی این سازمان که خود را بزرگ‌ترین مؤسسه زبان دنیا معرفی می‌کند، آموزش زبان فرانسوی است. در کشورها و مناطقی نظیر آمریکا و آمریکای لاتین که شمار مؤسسات فرهنگی فرانسه بسیار کم است یا وجود ندارند، اتحاد فرانسه علاوه بر آموزش زبان انجام دیگر وظایف مرسوم دیپلماسی فرهنگی فرانسه را نیز برعهده دارد. در این راستا طبق قراردادی که بین سازمان مذکور و وزارت خارجه فرانسه در سال ۲۰۰۸ منعقد شده است ۲۳۱ شعبه سازمان زبان‌آموزی فرانسه تحت حمایت‌های مالی و پرسنلی این وزارتخانه هستند. سازمان مذکور سالانه در کل دنیا ۴۵۰ هزار زبان‌آموز پذیرش می‌کند که به این رقم باید ۱۹۰ هزار زبان‌آموز مؤسسات فرهنگی فرانسه را نیز اضافه نمود.

۳. آژانس آموزش برای خارجی‌ها: این آژانس سالانه ۲۸۱ میلیون یورو از وزارت خارجه فرانسه دریافت می‌کند تا شبکه‌ای متشکل از ۲۵۳ مدرسه و دبیرستان در ۱۳۵ کشور دنیا را تحت پوشش و حمایت قرار دهد. در این مدارس، فرزندان اتباع فرانسه در کشورهای خارجی (۴۷ درصد) و نیز دانش‌آموزان کشور میزبان (حدود ۵۳ درصد) آموزش داده می‌شوند، که بدین شکل با فرهنگ و زبان فرانسه آشنا می‌گردند.

۴. نهادهای سمعی و بصری: رادیو بین‌المللی فرانسه و کانال تلویزیونی تی.وی.۵^۱ گستره پخش جهانی دارند و وظیفه آن‌ها ارسال اخبار مرتبط با تحولات سیاسی، فرهنگی و اجتماعی فرانسه به سراسر دنیاست. علاوه بر این، شبکه خبری فرانس ۲۴^۲ از دسامبر ۲۰۰۶، همانند سی.ان.ان^۳ به شکل شبانه‌روزی و رأس هر ساعت پخش اخبار

1. TV5
2. France 24
3. CNN

دنیا از دید فرانسه به زبان‌های فرانسوی، انگلیسی و تاحدودی عربی را برعهده دارد. این شبکه از طریق ماهواره و شبکه اینترنت قابل دریافت است. از سال ۲۰۰۸ مسئولیت بخش‌های مذکور از وزارت خارجه به وزارت فرهنگ فرانسه منتقل شده است. وزارت فرهنگ از طریق بخش "سمعی و بصری" خارجی فرانسه اعمال نظارت می‌کند و سالانه بودجه ای ۲۵۰ میلیون یورویی در اختیار آن قرار می‌دهد.

۵. مبادلات دانشگاهی: تبادلات علمی، دانشگاهی و فنی، ازسوی وزارتخانه‌های متعدد و با بودجه‌ای معادل ۲۵۰ میلیون یورو حمایت می‌شود. در کنار دانشگاه‌ها، مدارس عالی و مؤسسات پژوهشی که مسئولیت گسترش همکاری‌های بین‌المللی فرانسه را برعهده دارند، سازمان Egide نیز با بودجه ای بالغ بر ۱۰۰ میلیون یورو در سال، ۱۸ هزار نفر را برای تحصیل در فرانسه، بورس تحصیلی می‌کند. علاوه بر این آژانس دانشگاهی فرانسه مسئولیت گسترش مدارس این کشور در خارج و تسهیل ورود دانشجویان خارجی به دانشگاه‌های فرانسه را بر عهده دارد. بدیهی است که هدف تمام این اقدام‌ها دستیابی به نفوذ دیپلماتیک به واسطه پرورش نخبگان کشورهای دیگر در فرانسه و وابسته‌سازی آن‌ها به این کشور است.

۶. در سطح چندجانبه نیز فرانسه عضو سازمان بین‌المللی جوامع فرانسوی‌زبان است و از این سازمان که وظیفه‌اش گسترش و حفظ زبان فرانسوی در دنیاست حمایت مالی گسترده ای می‌کند. میزان حمایت از این سازمان از سوی فرانسه به ۵۵ میلیون یورو در سال می‌رسد (اشتاین کامپ، ۱۳۸۸: ۳۲).

۲-۱-۱. زبان

اسپالسکی^۱ در کتاب خطومشی زبانی^۲ سه مؤلفه برای سیاست زبانی معرفی می‌کند: باورهای زبانی، کاربرد زبانی و مدیریت زبان (Spolsky, 2004: 222). باورهای زبانی اشاره به عقایدی درباره زبان می‌کند که در پس سیاستی قرار دارد. برای مثال گروهی بر این باورند که ملت‌ها با زبان‌ها برابری می‌کنند به طوری که زبان می‌تواند نماد اتحاد ملت باشد. مؤلفه دوم، کاربرد زبانی است که به محیط سیاست توسعه کاربرد زبان ملی آن زبان اشاره دارد و نوع کاربردهای عملی آن زبان را خاطر نشان می‌سازد. استفاده از زبان‌های خاص در مکان‌ها و محیط‌های خاص بدون توجه به خطومشی و باورها و دلایل دیگر، از مصادیق آن است. سومین مؤلفه از نظر اسپالسکی، مدیریت زبان است و به

1. Spolsky
2. Language Policy

اعمال خاصی برای مدیریت کردن رفتار زبانی در یک محیط خاص اشاره دارد (قمری، ۱۳۸۵: ۱۰۲-۱۰۱). استفاده بهینه از این سه مؤلفه بخشی از دیپلماسی فرهنگی نسبتاً خاموش بسیاری از کشورهای جهان به ویژه ابرقدرت‌هاست. دولت‌مردان فرانسوی در تحقق این مهم از سیاست‌ها و راهکارهای متنوعی به تناسب پیشرفت‌های زمانی سود جستند. دویست یا سیصد سال پیش، تقریباً از ۱۶۵۰ تا ۱۷۵۰، فرانسه از نظر فکری و سیاسی در اروپا بر ملل دیگر برتری داشت و به علت تفوق کشور فرانسه، زبان فرانسه نیز به عنوان یک زبان کمکی بین‌المللی رونق گرفت. البته این به علت مزیتی در ذات زبان فرانسه در مقایسه با زبان‌های دیگر نبوده، بلکه صرفاً مربوط به عوامل غیرزبانی بوده است. در دوران بعد که فرانسه جایگاه برجسته‌ای کسب کرد، درباره آن افسانه‌هایی بافته شد که این زبان به صورت ویژه روشن، دقیق و عقلانی است (هال، ۱۳۷۳: ۲۴۰).

انقلابیون این کشور برای این که ارزش‌های انقلابی خود را به دیگر نقاط اروپا گسترش دهند نیاز به زبانی داشتند که اولاً آن زبان رسمی بوده و همچنین به عنوان نماد ملی فرانسه و عنصری از هویت ملی مظهر یک‌پارچگی و همبستگی این کشور باشد. به همین دلیل برای انعکاس ارزش‌های جمهوری ابوت گریگوری^۱ دست به مطالعه‌ای درباره نابودی زبان‌های محلی و نیاز به جهانی کردن زبان فرانسه زد. باره^۲ فردی که ریاست جلسه را در طول محاکمه پادشاه فرانسه بر عهده داشت، ضمن ستایش از زبان فرانسه به عنوان زیباترین زبان اروپا، مبارزه بی‌امانی را علیه زبان‌های محلی به نام تثبیت وحدت و یک‌پارچگی ملی به راه انداخت (Dieckhoff, 2005: 3). تالیران^۳ نیز در مجلس ملی فرانسه از نابودی زبان‌های ملی سخن گفت. به همین دلیل از زمان جمهوری سوم، آموزش زبان فرانسه در تمامی مدارس اجباری شد. با وجودی که در کشور پهناور فرانسه بیش از ۳۰ مورد زبان محلی وجود دارد اما در قانون اساسی این کشور فقط زبان فرانسه به عنوان زبان رسمی و اداری این کشور به رسمیت شناخته شده است. ماده دوم قانون اساسی جمهوری فرانسه نیز زبان فرانسه را به عنوان زبان جمهوری می‌شناسد. ژاک شیراک نیز در تاریخ ۱۷ ژوئن ۱۹۹۹ اعلام کرد که ملیت فرانسوی یکی است و به رسمیت شناختن زبان‌ها و فرهنگ‌های محلی مغایر با اصل تفکیک‌ناپذیر بودن جمهوری فرانسه و خدشه به وحدت ملی آن است (خالوزاده، ۱۳۸۰: ۲۹۲).

-
1. Abbot Gregorie
 2. Barere
 3. Talyran

گسترش زبان فرانسه یکی از تلاش‌های مهم فرانسویان است و در این راستا تاکنون بیش از هشت اجلاس فرانسوی‌زبان که در آن رؤسای دولت‌ها و کشورهای دیگر فرانسه‌زبان هستند یا فرانسه به عنوان زبان دوم در آن کشورها صحبت می‌شود، برگزار شده است. دولت فرانسه سعی دارد تا با حمایت از این جلسات از طریق گسترش زبان فرانسه در این کشورها نفوذ سنتی خود را احیا کند یا تداوم ببخشد. فرانسه در مستعمرات سابق خود نیز همواره بر گسترش زبان فرانسه سرمایه‌گذاری زیادی کرده است چرا که آن‌ها معتقدند فرانسه نیز همانند انگلستان برای گسترش عقاید و ارزش‌های خود یک مأموریت مذهبی داشته است (Murphy, 1968: 239) و تربیت یک گروه نخبه‌ای که به زبان فرانسه آشنایی کامل داشته باشند را در طول جنگ سرد حتی در مستعمرات سابق خود نظیر الجزایر، تونس، مراکش، ویتنام و کامبوج در دستور کار خود قرار داده بود.

امروزه تلاش برای برتری زبان فرانسه به عنوان زبان رسمی اتحادیه اروپا بخشی از استراتژی این کشور است که به عنوان هویت ملی این کشور درآمده است. به همین دلیل نخبگان و سیاست‌مداران فرانسه سعی کرده‌اند تا زبان فرانسه را در اتحادیه اروپا رسمی کنند. در این راستا تأسیس کمیته زبان فرانسه^۱ در ۱۹۵۷ و همچنین کمیته بلند پایه برای دفاع و گسترش زبان فرانسه^۲ توسط دوگل در ۱۹۶۶ که وظیفه آن‌ها کمک به ابتکارات و اقدامات مربوط به رواج زبان فرانسه است از تلاش برای پذیرفته‌شدگان زبان فرانسه به عنوان زبان بازار مشترک اروپا بود (Gordon, 1978: 67). در اکثر کشورهای جهان، زبان فرانسه بعد از انگلیسی در مقام دوم قرار دارد. در حال حاضر زبان اول خارجی در کشورهای آلبانی، بلغارستان، اسپانیا، هلند، پرتغال، رومانی و یوگسلاوی زبان فرانسه است.

در کشورهای چکسلواکی، لهستان و کشورهای اسکاندیناوی بعد از انگلیسی یا آلمانی زبان فرانسه قرار دارد (داودی‌فر، ۱۳۷۸: ۱۴۹). در مجموع امروزه بیش از ۱۳۰ میلیون نفر در جهان با زبان فرانسه آشنایی دارند و این کشور از این لحاظ مقام نهم را در میان زبان‌های جهان دارا می‌باشد. این در حالی است که زبان فرانسه به عنوان زبان اول توسط بیش از ۷۰ میلیون نفر تکلم می‌شود و مقام یازدهم را داراست (Gordon & Sophie, 2001) در حوزه ادبیات نیز که تجلی هنر در زبان به شمار می‌آید، سهم فرانسه در ادبیات جهان چشمگیر است، به گونه‌ای که این کشور مقام اول را در میان برندگان

1. Committee for the French Language

2. Committee for the Defence and Expansion of the French Language

جایزه نوبل داراست، ادبیات در فرانسه همچنین پر رونق است. در واقع یکی از اهرم‌های نفوذ فرانسه اهرم زبان این کشور است (Nye, 2004).

۲-۱-۲. غذا

غذاهای فرانسوی از مشهورترین و متنوع‌ترین انواع غذاها در جهان است به طوری که می‌توان گفت که تنوع غذاهای فرانسه بیش از هر کشور دیگر است. فقط غذاهای چینی از نظر تنوع قابلیت رقابت با غذاهای فرانسوی را داراست. تنوع غذاهای فرانسوی را به دلیل تنوع آب و هوایی، جغرافیایی و فرهنگ مردم آن در قسمت‌های مختلف کشور و در ارتباط با دیگر فرهنگ‌ها در اقصی نقاط جهان می‌دانند. خوراکی‌های فرانسوی از قبیل فواگرا^۱ و پنیرهای فرانسوی مانند روکفور^۲ معروفیت جهانی دارند. کافه‌های پاریسی جزئی از زندگی و فرهنگ مردم فرانسه را تشکیل می‌دهند. فرانسویان به غذاهای خوب و سنت آشپزی‌شان می‌بالند، از این رو با هرگونه تهدیدی که متوجه شیوه خاص غذایی آنان باشد به شدت مقابله می‌کنند. (ایزدی، ۱۳۸۹: ۱۰۳).

۲-۱-۳. سینما و تلویزیون

یکی دیگر از عواملی که با فرهنگ و نیز قدرت نرم فرانسه گره خورده است، آثار هنری و از جمله محصولات سینمایی و تلویزیونی است که به دلیل وجود مخاطبان بسیار زیاد از اثر بخشی فراوانی برخوردار است. سینمای فرانسه شامل هنر فیلم‌سازی در داخل و خارج از فرانسه می‌شود. فرانسه زادگاه سینماست و سهم قابل توجهی در سینمای جهان دارد و به توسعه این صنعت کمک کرده است. جدا از صنعت بومی فیلم‌سازی در فرانسه این کشور هنرمندان بسیاری را از سرتاسر جهان در فرانسه گرد هم آورده است، به همین دلیل، سینمای فرانسه گاهی اوقات با سینمای کشورهای خارجی در هم تنیده شده است. یکی دیگر از عناصر حمایت از این صنعت این است که پاریس دارای بالاترین تراکم سینما در جهان می‌باشد. کشور فرانسه با ۵،۲۰۶ میلیون بلیط فروخته شده در سال ۲۰۱۰ و ۶،۲۱۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۱ پس از ایالات متحده و هند در جایگاه سوم بزرگ‌ترین بازارهای فیلم جهان قرار گرفته است. همچنین فرانسه از نظر درآمد، پس از کشورهای ایالات متحده و ژاپن قرار می‌گیرد و در اروپا با رکورد ۲۶۱ فیلم تولیدشده در سال ۲۰۱۰ موفق‌ترین صنعت سینما متعلق به فرانسه می‌باشد. فرانسه در زمینه تولیدات تلویزیونی نیز وضعیت بهتری در مقایسه با سایر کشورهای اروپایی دارد

1. Foie Gras
2. Roguefort

به‌گونه‌ای که سهم فیلم‌های خارجی شبکه‌های تلویزیونی این کشور تنها ۳۵ تا ۳۹ درصد می‌باشد. همچنین فرانسه مقام پنجم را در فروش صفحات موسیقی در جهان داراست (Gordon, 1978: 28).

درخصوص جنبش‌های سینمای فرانسه و تأثیر آن بر افزایش قدرت نرم فرانسه باید گفت که موج نوی فرانسه جنبشی در سینمای فرانسه است که در دهه ۱۹۵۰ به رهبری منتقدان جوان تحریریه مجله سینمایی کایه دو سینما در فرانسه شکل گرفت و به سایر نقاط دنیا سرایت یافت. موج نو در فرانسه در دو دوره اتفاق افتاد. دوره اول از سال ۱۹۵۸ تا ۱۹۶۲ طول کشید و از مشخصه‌های آن تأکید بر مؤلف و میزانشن بود. فیلم‌سازان این دوره از قواعد فیلم‌سازی دهه ۵۰ میلادی به لحاظ روایی و هم‌تصویری، روی‌گردان شدند. روایت، داستان و یا آغاز و پایانی برای فیلم‌ها وجود نداشت. تنها برشی از زندگی در فیلم نشان داده می‌شد و به این ترتیب اقتباس ادبی در این سینما از بین رفت. ادبیات جای خود را به قصه‌های عامه‌پسند داد و زمان در فیلم‌ها همان دهه حاضر بود و حرف‌هایی که در فیلم‌ها زده می‌شد، درباره جوانان بود. نقش زنان هم در روایت محوری‌تر و مثبت‌تر شد. استفاده از نماهای معمول که زمان و مکان را توصیف می‌کرد منسوخ شد و جامپ کات و نماهای نامنتطبق در تدوین جای خود را باز کرد. دوربین‌های سبک برای فیلمبرداری در خیابان‌ها به کار می‌رفت و دیگر فیلم‌ها در استودیو ساخته نمی‌شد. جشنواره فیلم کن یک جشنواره سالانه فیلم است که در کن فرانسه برگزار می‌شود. این جشنواره یکی از بزرگ‌ترین و باشکوه‌ترین رویدادهای سینمایی جهان و محلی برای پیش‌نمایش فیلم‌های جدید از تمامی ژانرها از جمله مستند به‌شمار می‌آید.

جشنواره فیلم کن ۲۰۱۳ به عنوان شصت و ششمین دوره آن در فرانسه به پایان رسید. ریاست هیأت داوران جشنواره امسال را که از ۱۵ تا ۲۶ ماه مه برگزار شد، استیون اسپیلبرگ کارگردان آمریکایی برعهده داشت. در این دوره عبداللطیف کشیش کارگردان عرب (فرانسوی-تونسی‌تبار) برنده جایزه نخل طلایی در شصت و ششمین دوره جشنواره سینمایی کن شد. جایزه سزار جایزه سینمایی ملی فرانسه است که نخستین بار در سال ۱۹۷۵ برگزار شد. نامزدهای این جایزه توسط اعضای آکادمی هنرها و فنون سینمایی فرانسه برگزیده می‌شوند که مراسم آن در پاریس معمولاً در فوریه برگزار می‌شود. این جایزه که نام خود را از سزار بالداجینی، مجسمه‌ساز فرانسوی گرفته است به اسکار فرانسوی معروف است. اروپا کورپ یک استودیوی فیلمسازی فرانسوی است که مقر آن در پاریس قرار دارد. این شرکت با همکاری لوک بسون و پیر-

آنژ لو پوگام در سال ۲۰۰۰ تأسیس شده است. این شرکت در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های سینمایی و تلویزیونی مانند توزیع فیلم در فرانسه، توزیع دی وی دی، فروش حقوق پخش تلویزیونی در فرانسه و تولید تبلیغات به کار مشغول است. گومون شرکت فرانسوی تولید، پخش فیلم سینمایی و همچنین دارای سالن‌های نمایش فیلم است. این شرکت قدیمی‌ترین شرکت سینمایی جهان است و در سال ۱۸۹۵ تأسیس شده و عمری برابر عمر سینما دارد.

۲-۱-۴. فرهنگ سیاسی

تمام سیاست‌مداران و نخبگان فرانسه از انقلاب کبیر فرانسه گرفته تا ناپلئون و همچنین بعد از جنگ جهانی دوم بر استثنائی بودن فرانسه و فرهنگ و تمدن غنی این کشور اصرار تأکید و اصرار داشته‌اند. در فرهنگ فرانسه نه مانند دیگران^۱ و استثنائی فرانسوی^۲ جایگاه بلندی دارد. به عقیده بسیاری همچنان که انگلیسی‌ها به آتلانتیک‌گرایی و آلمانی‌ها بعد از جنگ جهانی دوم به صلح‌طلب بودن در سیاست خارجی مشهور شده‌اند، فرانسوی‌ها نیز همواره بر این می‌بالند که ملتی استثنائی هستند و این باور میان نخبگان و روشنفکران فرانسه وجود دارد که فرهنگ فرانسه از چنان ویژگی‌هایی برخوردار است که آن را از سایر کشورها متمایز می‌سازد. از نظر آن‌ها آنچه که کشورشان را برای دیگران جذاب ساخته، ویژگی‌های فرهنگی و تمدنی آن است (دهشیار، ۱۳۸۶: ۷). در واقع فرانسویان تلاش کرده‌اند یک مدل فرهنگی فرانسوی به جهانیان ارائه دهند. این مدل متضمن یک شیوه زندگی خاص است که در کنار شیوه زندگی آمریکایی و عمدتاً در تقابل با آن به عنوان یک الگو به جهانیان ارائه شده است. فرانسویان مدعی هستند که شیوه زندگی خاص آن‌ها بر شیوه زندگی آمریکایی^۳ از جهات گوناگون برتری دارد. از دیدگاه فرانسویان، مشخصه شیوه زندگی آمریکایی غذاهای آماده^۴، لباس‌های بدقواره و سریال‌های تلویزیونی مبتذل است. در حالی که در شیوه زندگی فرانسوی به جای ابتذال، جلوه‌های یک فرهنگ متعالی در طرز فکری که الهام گرفته از فلاسفه بزرگ فرانسوی است، مشاهده می‌شود (Meniere, 2000).

از این‌رو ارزش‌ها و فرهنگ آمریکایی را به دیده تمسخر می‌نگرند و اظهار می‌دارند که مسلمانان و مهاجران ساکن فرانسه تحت تأثیر تمدن و فرهنگ فرانسوی که

1. Pas comme les autres
2. Exception française
3. American Way of Life
4. Fast Food

در دوره استعمار آن را تجربه کرده‌اند خواهان حضور در فرانسه شده‌اند اما در آمریکا بالعکس تحت تأثیر تبلیغات و جلوه‌های زندگی آمریکایی زندگی در این کشور را برگزیده‌اند. همین تأکید بر استثنایی بودن و فرهنگ غنی فرانسه که با نوعی ملی‌گرایی مثبت نیز همراه بوده است، در دوره دوگل به عنوان قهرمان ملی فرانسه به اوج خود رسید. او رویکرد سیاست خارجی خود را با تأکید بر میهن‌پرستی، ملت و ملیت فرانسوی و تلاش برای ارتقای موقعیت برتر فرانسه در صحنه جهانی در رقابت با دو ابرقدرت قرار داد. او پس از بازگشت به قدرت در سال ۱۹۵۸ شروع به اعاده هویت ملی و عظمت فرانسه نمود و با تأسیس جمهوری پنجم و افزایش قدرت رئیس‌جمهور برای احیای شکوه و جلال فرانسه در صحنه بین‌المللی اندیشه نوینی را در سیاست خارجی تحت عنوان گلیسم به مرحله اجرا درآورد (دهشیار، ۱۳۸۴: ۱۰).

به طور کلی در حوزه فرهنگ سیاسی، میراث عصر روشنگری و انقلاب کبیر فرانسه و گلیسم منابع اصلی الهام‌گری را تشکیل می‌دهند. فرهنگ سیاسی فرانسوی در قالبی آلترناتیوی همواره به عنوان یک الگو، نفوذ و جذابیت جهانی چشمگیری در تقابل با مدل آمریکایی قرار داشته است. همان‌طور که بررسی گردید فرانسه از منابع و ابزارهای فرهنگی متنوعی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی سایر کشورها برخوردار است. موارد مذکور به عنوان مشخصه‌های غالب توضیح داده شد و علاوه بر موارد ذکر شده می‌توان از توریسم، مد، عطر، لوازم آرایشی و بسیاری دیگر از حوزه‌ها که مقام اول را در جهان در تصاحب دارد، سخن به میان آورد. نکته حائز اهمیت این است که شیوه حکومت، فرهنگ، زبان، ادبیات، موسیقی، نقاشی، آشپزی، سینما، مد، جاذبه‌های جهانگردی همگی مواردی هستند که برای بسیاری از کشورها، حتی با غنا و عمق تمدنی بیشتر، منبع تولید قدرت نرم باشند ولی در عالم واقع این‌گونه نیست. اما برای کشور فرانسه پس از جنگ جهانی دوم این ابزار همواره به عنوان منابع قدرت نرم با انسجام درونی و به صورت مستمر در جریان بوده است. با توجه به این که هویت‌ها سیال، متحول و پویا هستند، ما شاهد تداوم در عین تغییر در سیاست خارجی هستیم. پیشبرد اهداف فرهنگی به طور همزمان در عرصه داخلی بین‌المللی در یک رابطه دوسویه از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند و بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و تحت یک مدیریت منسجم صورت می‌پذیرند. حساسیت به مسائل فرهنگی هم در داخل و هم در روابط فرهنگی بین‌المللی مشاهده می‌شود و کشور فرانسه بیش از ۱۷ دلار به طور سرانه صرف این‌گونه روابط کرده است که دلیل این موفقیت را باید در سیاست‌گذاری فرهنگی دانست. فعال بودن بخش دولتی در خصوص مسائل فرهنگی ناشی از این واقعیت است که دیدگاه قالب در فرانسه این است که دولت باید نقش مهمی در مقوله فرهنگ ایفا

کند زیرا فرهنگ مقوله‌ای نیست که ارزش آن توسط عوام تعیین شود. بنابراین با توضیح مختصری در مورد سیاست‌گذاری فرهنگی، ویژگی و اصول ثابت سیاست‌گذاری فرهنگی فرانسه که با توجه به آن‌ها توانسته به قدرت نرم قابل ملاحظه‌ای نایل گردد، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۲-۲. سیاست‌گذاری فرهنگی در فرانسه

جایگاه نوین وزارت فرهنگ را شارل دوگل^۱ در سال ۱۹۵۹ در زمان وزارت آندره مالرو ایجاد کرد. مالرو مسئول اجرای سیاست حق فرهنگ^۲ گردید. این سیاست که در قانون اساسی فرانسه و اعلامیه جهانی حقوق بشر ذکر شده است با مردم‌سالارانه کردن هنر دسترسی به آن را آزاد می‌کرد. با تشکیل وزارت فرهنگ امور فرهنگی جایگاهی ویژه یافت. اصول اساسی و پایداری برای امور فرهنگی تعیین شد و دولت برای دستیابی به اهداف روشن به سراغ برنامه‌های فرهنگی رفت.

آندرو مالرو، پایه گذار وزارتخانه فرهنگ، مواردی نظیر دموکراسی فرهنگی، مردمی کردن هنر و تمرکززدایی را از اصول فرهنگی خود اعلام کرد و با اجرای سیاست‌های مختلف کوشید در این راه گام‌های اساسی بردارد. سیاست‌های فرهنگی پنجاه سال گذشته نشان می‌دهد به‌رغم دست به دست شدن قدرت بین جناح‌های چپ و راست، برخی از اصول وی در حکم اساسی‌ترین اصول سیاست‌گذاری فرهنگی در دستور کار همه دولت‌ها قرار داشته است (ایوبی، ۱۳۸۸: ۲۰). شاخص‌های سیاست‌گذاری فرهنگی در فرانسه را نیز مواردی نظیر دولتمداری در عرصه فرهنگی، دموکراسی فرهنگی، دفاع از تنوع فرهنگی و رویارویی با آمریکایی‌شدن جهان فرهنگی و هنر برای ادغام فرهنگی و همبستگی اجتماعی تشکیل می‌دهند.

۲-۲-۱. دولتمداری در عرصه فرهنگی

بی‌تردید از مهم‌ترین شاخص‌های سیاست‌گذاری فرهنگی در فرانسه دولتمداری در امور فرهنگی است. قدرت تمرکزگرا در فرانسه ریشه‌ای تاریخی دارد و رسالتی که رخدادهای تاریخی در این دیار به دولت بخشید، دولتمداری در عرصه فرهنگ را به دنبال داشت. این دولتمداری از آغاز با کمک‌های مالی دولتی به فرهنگ و هنر خود را نشان داد. امروزه نیز می‌توان گفت که فرانسه یکی از پیشتازان هزینه دولتی در امور هنری و فرهنگی است. نگاه فرانسوی برخلاف کشورهای آنگلوساکسون، تجاری و سودآور نیست.

1. Charles de Gaulle
2. Right to Culture

سرمایه‌گذاری در عرصه هنر برای دفاع از هویت ملی و فرهنگی است و جلوه‌های اقتصادی کمتر مورد نظر است. به همین دلیل با تشکیل وزارت فرهنگ، نخستین دلمشغولی و درخواست آندره مالرو افزایش بودجه فرهنگی بود (همان، ۲۳-۲۰).

۲-۲-۲. دموکراسی فرهنگی

با تأسیس وزارت فرهنگ، مردمی کردن فرهنگ و به بیانی دیگر دموکراتیزه نمودن امور فرهنگی در دستور کار وزیران فرهنگ فرانسه قرار گرفت و هر یک کوشیدند تا اندازه ممکن دامنه مخاطبان و خریداران فرهنگی را به طبقات پایین جامعه گسترش دهند. می‌توان گفت اجرای سیاست‌های مختلف در فرانسه با کامیابی همراه بوده چرا که امروز فرهنگ بخشی از زندگی درصد بی‌شماری از مردم این دیار را تشکیل می‌دهد. نمایش‌های خیابانی، موسیقی‌های گوناگون و پویانمایی در کنار هنرهای کلاسیک و پر هزینه توانستند اقشار مختلف اجتماعی را به عرصه فرهنگ کشانده، فرهنگ را در قلب زندگی اجتماعی مردم قرار دهند (همان، ۲۹-۲۸).

۲-۲-۳. دفاع از تنوع فرهنگی و روبرویی با آمریکایی شدن جهان فرهنگی

همراه با فرایند جهانی شدن به ویژه جهانی شدن اقتصاد، فرانسوی‌ها در زمره نخستین کشورهای اروپایی هستند که نگرانی‌شان را از جهانی شدن فرهنگ ابراز کردند. پیوستن به پیمان تجارت جهانی در سال ۱۹۹۳ به معنای آزاد شدن تجارت در همه عرصه‌ها از جمله فرهنگ بود. بی‌تردید مهم‌ترین نگرانی اروپایی‌ها به ویژه فرانسوی‌ها هجوم فیلم‌های سینمایی و کالاهای دیداری و شنیداری آمریکایی بود که سینمای اروپا را تهدید می‌کرد. فرانسوی‌ها خواستار استثنا کردن تولیدات دیداری و شنیداری از قاعده کلی تجارت آزاد جهانی شدند. این طرح که مورد حمایت کشورهای اروپایی قرار گرفت به طرح فرانسوی "تمایز فرهنگی"^۱ شهرت یافت. سیاست‌گذاری سینمایی در فرانسه به شدت از این نگاه پیروی می‌کرد.

گفتنی است که مقاومت در برابر سینمای آمریکا پدیده‌ای ریشه‌دار در سیاست‌گذاری فرهنگی فرانسه است و اساساً دولت‌ها از ابتدا با چنین انگیزه‌ای در عرصه سینما وارد شده‌اند. فرانسوی‌ها که تا پیش از جنگ جهانی اول سینمایشان را برترین سینمای جهان می‌دانستند، پس از این جنگ، با ورود سینمای آمریکا به سرعت عقب کشیدند. از این رو، دولت‌مردان فرانسوی به فکر افتادند تا سینمای ملی را در برابر

سینمای آمریکایی یاری کنند. بنابراین فرانسوی‌ها که در امور سیاسی منادی کثرت‌گرایی‌اند، در امور فرهنگی چنین پلورالیسمی را ندارند (Sirinelli&Soutou, 2008).

۲-۴. هنر برای ادغام فرهنگی و همبستگی اجتماعی

یکی از دلایل اصلی دولت‌مردان فرانسوی برای توجیه هزینه‌های دولت در امور فرهنگ، آثار اجتماعی و اقتصادی فرهنگ و هنر است. چهره فرانسه با کالاهای و هنرهای لوکس آن گره خورده است. به پاریس همواره به عنوان لوکس‌ترین شهر جهان نگریسته و به همراه میلان، لندن و نیویورک از نمادهای مد در جهان شمرده می‌شود. آغاز توجه به مد در فرانسه به پادشاهی لوئی چهاردهم برمی‌گردد و در آن هنگام همه صنایع تولیدی لوکس زیر کنترل دربار پادشاهی درآمدند. بسیاری از شرکت‌های فعال در زمینه مد و پوشاک فرانسه در سده میان سال‌های ۱۸۶۰ تا ۱۹۶۰ گشایش یافتند (ال در ۱۹۴۵ و ووگ در سال ۱۸۹۲ بنیان نهاده شدند).

نشان‌های تجاری نامدار و گران‌قیمتی نیز توسط کسانی چون ایو سن لوران، کریستین دیور، اوبر ژیوانشی، پیر بالمن به بازار جهان عرضه شدند. به این ترتیب فرهنگ و هنر با منفعت عمومی نسبتی یافته، دخالت دولت در این امور توجیه می‌شود. آندرو مالرو و جانشینانش در دفاع از بودجه فرهنگی دولت تقریباً بر تأثیرات فرهنگ در همبستگی ملی، ایجاد وحدت و مسائلی از این دست تأکید می‌کردند. به ویژه از زمانی که سیاست اصلی دولت فرانسه در امور فرهنگی ادغام فرهنگی اعلام شد، دیدگاه اقتصادی در این امور به کلی رنگ باخت (ایوبی، ۱۳۸۸: ۵۱-۴۹).

نتیجه‌گیری

به باور بسیاری از نظریه‌پردازان روابط بین‌الملل، ابزار فرهنگی نمونه بارز و اعلا‌ی قدرت نرم است که به کشورها این امکان و توان را می‌دهد که در طرف مقابل نفوذ کنند و از طریق عناصر فرهنگی او را ترغیب به همکاری نمایند. از دیدگاه جوزف نای که یکی از مطرح‌ترین صاحب‌نظران این حوزه است، یک چنین رویکردی در تعارض کامل با قدرت سخت قرار دارد که در آن تسخیر کردن از طریق نیروی نظامی و قوه قهریه حرف اول را می‌زند. تعریفی که از فرهنگ در این مقاله مورد بررسی قرار گرفت شامل بخش نرم‌افزاری یک تمدن می‌شود که مجموعه دانش‌ها، اعتقادات، ارزش‌ها، هنجارها، طرز تلقی‌ها، آداب و رسوم که به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه توسط انسان اکتساب می‌شود، را در بر می‌گیرد. استفاده از فرهنگ و به خدمت گرفتن ابزارهای فرهنگی مهم‌ترین اصل

برای نایل آمدن به قدرت نرم می‌باشد. استفاده از ابزارهای فرهنگی همواره به مثابه یک پروسه در روابط بین‌الملل مورد استفاده بوده اما به عنوان یک پروژه و تبدیل آن به یک سری اقدامات آگاهانه و سازمان‌یافته توسط دولت‌ها برای ایجاد تغییر در وضع موجود و دستیابی به اهداف مطلوب در عرصه‌های داخلی و عرصه‌های بین‌المللی امری جدید به نظر می‌رسد و تحت عنوان سیاست‌گذاری فرهنگی وارد ادبیات سیاسی شده است. در این میان کشور فرانسه به‌ویژه از دوران ژنرال دوگل و تشکیل وزارت فرهنگ توسط آندرو مالرو در سال ۱۹۵۹، سیاست‌گذاری فرهنگی را تا عالی‌ترین سطح تصمیم‌گیری بالا برده‌اند. سیاست‌های فرهنگی پنجاه سال گذشته فرانسه نشان می‌دهد اصول فرانسه در این زمینه منسجم است و به رغم دست به دست شدن قدرت بین جناح‌های چپ و راست، برخی از اصول مالرو در حکم اساسی‌ترین اصول سیاست‌گذاری فرهنگی این سال‌ها در دستور کار دولت‌ها قرار داشته است. دولت‌مداری در عرصه فرهنگی، دموکراسی فرهنگی، دفاع از تنوع فرهنگی و رویارویی با آمریکایی‌شدن جهان فرهنگی و استفاده از هنر برای ادغام فرهنگی و همبستگی اجتماعی مهم‌ترین شاخص‌های سیاست‌گذاری فرهنگی در فرانسه بوده‌اند.

عناصری که در شکل‌گیری قدرت نرم فرانسه مؤثرند در واقع همان عناصری هستند که هویت سیاسی و فرهنگی فرانسه را تشکیل می‌دهند. حفظ این هویت همواره از اصول اساسی سیاست‌گذاران فرهنگی فرانسه بوده است. از همین‌رو سیاست فرهنگی از جمله ابزار مهم در سیاست خارجی فرانسه به شمار می‌آمده است و در تعریف هویت فرانسوی نیز نقش مهمی داشته است. به طور کلی عناصر سازنده فرهنگ فرانسه که توان دسترسی قدرت نرم را برای این کشور افزایش داده است مؤلفه‌های زبان، غذا، سینما و تلویزیون را شامل می‌شود. سینمای فرانسه دارای جنبش‌های فراوانی بوده که بر دیگر نقاط جهان نیز تأثیر می‌گذارند و منجر به افزایش قدرت نرم این کشور می‌گردند. از جمله این جنبش‌ها می‌توان به موج نو فرانسه، جشنواره فیلم کن و جایزه سزار اشاره کرد. موج نوی فرانسه جنبشی در سینمای فرانسه است که در دهه ۱۹۵۰ به رهبری منتقدان جوان تحریریه مجله سینمایی کایه دو سینما در فرانسه شکل گرفت و به سایر نقاط دنیا سرایت یافت. نهایتاً براساس یافته‌های تحقیق این نتیجه حاصل می‌گردد که اتخاذ سیاست فرهنگی منسجم در زمینه‌های ادبیات، هنر، زبان، سینما و فیلم منجر به افزایش قدرت نرم فرانسه گردیده است.

منابع

الف) فارسی

- اشتاین کامپ، فولکر (۱۳۸۸)، "دیپلماسی فرهنگی فرانسه"، مجله پگاه حوزه.
- اجلالی، پرویز (۱۳۷۹)، سیاست‌گذاری و برنامه ریزی فرهنگی در ایران، تهران: نشر آن.
- اشتریان، کیومرث (۱۳۸۱)، روش سیاست‌گذاری فرهنگی، تهران: کتاب آشنا.
- ایزدی، پیروز (۱۳۸۹)، دیپلماسی عمومی فرانسه، پژوهش نامه سیاست خارجی، شماره ۲۴.
- ایوبی، حجت الله (۱۳۸۸)، سیاست‌گذاری فرهنگی در فرانسه، تهران: انتشارات سمت.
- بشیریه، حسین (۱۳۷۹)، نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم، تهران: نشر طلوع.
- حسین‌لی، رسول (۱۳۷۹)، مبانی و اصول سیاست‌گذاری فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران، تهران: نشر آن.
- خالوزاده، سعید (۱۳۸۰)، ارزیابی موقعیت زبان‌ها و فرهنگ‌های محلی در فرانسه، فصلنامه فرهنگ و دیپلماسی، سال اول، شماره ۲ و ۳.
- خراسانی، رضا (۱۳۹۰)، نقش فرهنگ و دیپلماسی فرهنگی در سیاست جهانی، فصلنامه روابط فرهنگی، شماره ۱.
- داوودی‌فر، سونیا (۱۳۷۸)، "نگرش ژئوپلیتیک به جایگاه فرانسه در اتحادیه اروپایی"، مجله سیاست خارجی، سال سیزدهم.
- دهشیار، حسین (۱۳۸۴)، ناآرامی‌های فرانسه: ریشه‌ها و پیامدهای داخلی و بین‌المللی، ماهنامه اطلاعات سیاسی و اقتصادی، سال بیستم، شماره ۱ و ۲.
- دهشیار، حسین (۱۳۸۶)، "پیروزی سارکوزی: پیروزی راست هویتی"، ماهنامه اطلاعات سیاسی و اقتصادی، سال بیست و یکم، شماره ۷ و ۸.
- روحی، مجید (۱۳۸۸)، رابطه فرهنگ و دیپلماسی در سیاست خارجی فرانسه، فصلنامه سیاست خارجی، سال بیست و سو، شماره ۴.
- شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۸۵)، دیپلماسی فرهنگی آمریکا و فرانسه، فصلنامه علوم سیاسی، دانشگاه باقرالعلوم، شماره ۳۶.
- عسگری، محمود (۱۳۸۳)، "معرفی کتاب قدرت نرم"، فصلنامه راهبرد دفاع، سال دوم، شماره ۶.
- قمری، محمدرضا (۱۳۸۵)، نقش زبان در تأمین امنیت ملی، فصلنامه دانش انتظامی، شماره ۳۱.
- کاظمی، سید علی‌اصغر (۱۳۶۹)، دیپلماسی نوین در عصر دگرگونی روابط بین‌الملل، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- گی‌روشه (۱۳۶۷)، کنش اجتماعی، ترجمه: زنجانی، مشهد: نشر دانشگاه فردوسی.

مشفق، محمدعلی (۳۰ دی ۱۳۸۶)، "قدرت نرم"، **روزنامه اعتماد ملی**.
ملاقیدی، علیرضا (۱۳۸۱)، "جستاری در مفهوم رهیافت تمدنی در سیاست خارجی"،
فصلنامه فرهنگ و دیپلماسی، سال اول، شماره ۲ و ۳.
نای، جوزف (۱۳۸۲)، **کاربرد قدرت نرم**، ترجمه: سیدرضا میرطاهر، تهران: نشر قومس.
هال، رابرت (۱۳۷۳)، **زبان و زبان‌شناسی**، ترجمه: محمدرضا باطنی، تهران: مؤسسه انتشارات
امیرکبیر.
همایون، محمدهادی و جعفری هفتخوانی، نادر (۱۳۸۷)، **درآمدی بر مفهوم و روش**
سیاست‌گذاری فرهنگی در س‌هایی برای سیاست‌گذاران، **اندیشه مدیریت راهبردی**، شماره ۴.

ب) انگلیسی

Dieckhoff, Alain (2005), *Nation and Nationalism in France :Between Idealism and Realism*, **European Researcher Group**, [http:// erg. politics. ox.ac.uk/may13](http://erg.politics.ox.ac.uk/may13).
Gordon (1978), **The French Language and National Identity**, The Hague: Mouton Publishers.
Gordon, Philip & Sophie, Mounier (2001), *Globalization and French Cultural Identity*, **French Politics**, Vol. 49.
Meunier, Sophie (July, August 2000), *The French Exception*, **Foreign Affairs**.
Murphy, Agnes (1968), **The Ideology of French, Imperialism (1882-1971)**, New York: Howard Frting.
Nye, Joseph (1991), **Bound to Lead: The Changing Nature of American Power**, Basic Books.
Nye, Joseph (2003), "US Power and Strategy after Iraq", **Foreign Affairs**, Vol. 82, No. 4.
Nye, Joseph (2004), *Europe's Soft Power*, **The Globalist**.
Sirinelli Jean-Francoi's & Soutou Georges-Henry (2008), *Culture et Guerre Froid*. Presses de l'Universite Paris Sorbonne.
Spolsky, B (2004), **Language Policy**, Cambridge: Cambridge University Press.