

مرکز مطالعات راهبردی روابط فرهنگی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
سال چهارم، شماره ششم، تابستان ۱۳۹۷، ۱۴۹ - ۱۷۰

دیپلماسی فرهنگی فرانسه، ماهیت و ابزارها

سیدداوود آقایی^۱

صدیقه سادات آقایی^۲

چکیده

در مقاله حاضر، دیپلماسی فرهنگی به عنوان مجموعه تلاش‌ها و کوشش‌هایی که برای درک، مطلع ساختن، مشارکت دادن و تاثیرگذاردن بر مردم دیگر کشورها که متضمن حفظ و ارتقای سطح منافع ملی با استفاده از ابزارهای فرهنگی به عنوان مؤلفه‌های کارآمد و قابل انعطاف در سیاست خارجی است مورد ارزیابی قرار می‌گیرد؛ ابزارهایی که با نفی راهکارهای الزاماً قدرت محور درحل چالش‌ها و مناقشات جهانی و برقراری امنیت بین‌المللی زمینه ساز ارتقای سطح مناسبات میان دولت‌ها و به تبع آن، افزایش تفاهم میان ملت‌ها و ایجاد صلح و ثبات بین‌المللی خواهد بود. به طور مشخص و مؤکد، ماهیت و ابزارهای دیپلماسی فرهنگی فرانسه - کشوری که از پشتوانه و سابقه تمدنی غرب و ارزش‌ها و هنجارهای برآمده از این تمدن به عنوان پشتوانه دیپلماسی فرهنگی خویش بهره می‌گیرد مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. ارزش‌ها و هنجارهایی که با اتکاء به مؤلفه‌ها و ابزارهای فرهنگی این کشور سابقه دموکراسی و آزادی‌خواهی دیپلماسی فرهنگی فرانسه را تشکیل داد و نقش مهمی در تعیین رفتارها و تصمیمات و سیاستگذاری دولت فرانسه دارند؛ ابزارهایی نظیر: جایگاه زبان فرانسه در عرصه بین‌المللی، دانشگاه‌های پیشرفته و باسابقه، ارتباط قوی با دولت‌های سابقاً مستعمره فرانسه، موزه‌های غنی، قدیمی و در عین حال مدرن و مشهور نظیر موزه لوور با ۳۵ هزار اثر هنری بسیار ارزشمند، هنر و معماری. هدف نهایی این مقاله، ارزیابی کم و کیف دیپلماسی فرهنگی به عنوان محور دیپلماسی عمومی که به دولت‌ها اجازه می‌دهد با استناد به عناصر کلیدی فرهنگی به طور مستقیم با مخاطبان خارجی در ارتباط باشند و بر افکار عمومی تأثیر بگذارند و با تأکید بر همین نقش در حوزه دیپلماسی فرهنگی فرانسه و ابزارهای فرهنگی این کشور است.

واژگان کلیدی: فرانسه، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی عمومی، فرهنگ، ابزارهای فرهنگی

^۱عضو هیئت علمی گروه مطالعات منطقه‌ای دانشگاه تهران

sdaghaee@ut.ac.ir

^۲دانش آموخته کارشناسی ارشد مطالعات فرانسه دانشگاه تهران

s_aghaee2000@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۹۷/۶/۶ تاریخ پذیرش: ۹۷/۹/۱۰

مقدمه

دیپلماسی فرهنگی محور دیپلماسی عمومی است؛ دیپلماسی فرهنگی به کشورها اجازه می‌دهد که با استناد به عناصر کلیدی و نفوذ دولت‌های خود، به طور مستقیم با مخاطبان خارجی به انضمام مردم معمولی و رهبران فکری جامعه در ارتباط باشند.

در دهه‌های اخیر رسانه‌ها به مهم‌ترین ابزار مبادله اخبار و افکار و عقاید سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در عرصه بین‌المللی تبدیل شده‌اند. رسانه‌های جهانی گستره دیپلماسی و سیاست خارجی را به تحریریه روزنامه‌ها، شبکه‌های اینترنتی، تلویزیون‌ها، رادیوهای جهانی و سایر رسانه‌ها کشانده‌اند. این همان عاملی است که در عصر جامعه اطلاعاتی، فضای روابط دوجانبه دیپلمات‌ها و رسانه‌ها را الزامی ساخته است. فضایی که در آن پیشبرد سیاست خارجی و دیپلماسی بیش از پیش به میزان تأثیرگذاری تاکتیک‌های خبری و رسانه-ای وابسته شده است؛ هر قدر این تاکتیک‌ها و پوشش خبری پر قدرت تر و تأثیرگذارتر طراحی و منتشر شوند، چرخ‌های سیاست خارجی روان‌تر می‌چرخد. سعی ما این است که ماهیت و مهم‌ترین ابزارهای دیپلماسی فرهنگی فرانسه و تا حدودی مصادیق آن‌ها را مورد بحث و بررسی قرار دهیم.

به لحاظ جایگاه فرهنگی، فرانسه یکی از کشورهای مهم در جهان است؛ فرهنگ، هنر و معماری آن کشور در جهان امروز بسیار مورد پسند واقع شده و از آن تقلید نیز شده است. از آن گذشته، زبان به عنوان یکی از موضوعات اصلی دیپلماسی فرهنگی مورد استفاده قرار گرفته است و فلاسفه سیاسی و خصوصیات سازمانی‌اش، تأثیرات آن را در خارج از مرزهای کشور نشان می‌دهد. تا پایان جنگ جهانی دوم، فرانسه دومین امپراطوری استعماری، با تسلط بر جنوب شرق آسیا، جزایر کارائیب، و شمال غرب آفریقا بود. (Safran, 2003:87)

در این نوشتار، با یک واژه ترکیبی متشکل از دیپلماسی و فرهنگ مواجه هستیم که ابتدا لازم است به تعریف هریک از آن‌ها بپردازیم. در تعریف دیپلماسی می‌توان گفت:

«دیپلماسی مجموعه تدابیر و اعمالی است که عمدتاً با استفاده از طرق مسالمت‌آمیز برای حصول حداکثر توافق و تفاهم در میان انبوه اختلاف‌های صحنه روابط بین‌الملل برای حفظ منافع ملی و اجرای سیاست خارجی به کار گرفته می‌شود.» (آقایی، ۱۳۸۷: ۱۵)

بخش دیگر واژه فرهنگ است که به دلیل تنوع و تکرر نگرش و رویکردهای معطوف به آن دارای تعاریف زیادی است. آنچه از مفهوم فرهنگ در این مقاله مد نظر است، تعریف خاصی از فرهنگ است که شامل بخش نرم افزاری یک تمدن می‌شود که: «مجموعه دانش‌ها، اعتقادات، ارزش‌ها، هنجارها، طرز تلقی‌ها، آداب و رسوم که به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه توسط انسان کسب می‌شود را در برمی‌گیرد. در واقع، فرهنگ مجموعه‌ای از ارزش‌ها و رویه‌هایی است که به جامعه معنا می‌بخشد.» (Ross, 2002: 118)

منظور از دیپلماسی فرهنگی، تلاش برای درک، مطلع ساختن، مشارکت دادن و تأثیر گذاردن بر مردم دیگر کشورهاست. دیپلماسی فرهنگی در واقع متضمن منافع ملی با استفاده از ابزارهای فرهنگی است. دیپلماسی فرهنگی به عنوان ابزاری کارآمد و قابل انعطاف در سیاست خارجی، زمینه ساز ارتقای سطح مناسبات میان دولت‌ها و به تبع آن افزایش تفاهم میان ملت‌ها و ایجاد صلح و ثبات بین‌المللی است. امروزه با ناکارآمدی راهکارهای الزاماً قدرت محور در حل چالش‌ها و مناقشات جهانی و برقراری امنیت بین‌المللی، نیاز به استفاده از این پدیده بیش از پیش در میان دولت‌ها احساس می‌شود.

ارزش‌های فرانسوی

تمدن و سابقه تمدنی غرب، ارزش‌ها و هنجارهای برآمده از این تمدن به عنوان پشتوانه فرهنگی دیپلماسی فرهنگی اروپا و فرانسه عمل می‌کنند؛ بنابراین، شکی نیست که ارزش‌ها نقش مهمی در تعیین رفتارها و تصمیمات مردم ایفا می‌کنند. از حیث اصول اخلاقی، معاهدات اتحادیه اروپا اعلام می‌کند که: " باید گسترش و تثبیت مردم سالاری، حاکمیت قانون، احترام به حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین را به عنوان هدف اصلی خود مدنظر قرار دهد و سیاست توسعه هم باید تحت همان اصول هدایت شود. " قانون اساسی - که توسط کمیسیون اروپا در جولای ۲۰۰۳ تصویب شد- به نحو مشابهی به ارزش‌ها و منافع

ملل متحد، صلح، امنیت، توسعه پایدار، تجارت آزاد و منصفانه، حقوق بشر، رعایت حاکمیت قانون در سیستم بین‌المللی که باید در پی حفظ آن در روابطش با جهان پهناورتر باشد، اشاره دارد. (میلسن و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۵۱) پیام کمک‌های انسان‌دوستانه اتحادیه اروپا بیانی از ارزش‌های انسانی است که اتحادیه اروپا بر مبنای آن پایه‌گذاری می‌شود و جلوه‌ای عینی از همبستگی جهان پهناور با مردم نیازمند است و این پیام بسیار هنجاری است. (میلسن و همکاران، ۲۵۵-۲۵۶)

در مجموع، می‌توان چنین اظهار داشت که اتحادیه اروپا نسبت به ایجاد تعادل و هماهنگی بسیار حساس است؛ تا آنجا که مدیر کل ریلکس- با توجه به مسئولیت تامی که دارد - از اتحادیه اروپا به مثابه یک پروژه حامی صلح یاد می‌کند که همانند لنگری برای تحقق مردم‌سالاری، حقوق اساسی و حقوق بشر در جهان عمل می‌کند.

زمانی که از اروپایی‌ها خواسته شد سه ارزش مهم و حیاتی خودشان را به صورت شخصی مشخص کنند، آن‌ها ابتدا به صلح (۴۵٪)، به دنبال آن به حقوق بشر (۴۲٪) و در رده سوم به احترام به زندگی فرد (۴۱٪) اشاره کردند. در ادامه این سه ارزش، دموکراسی (۲۷٪)، حکومت قانون و آزادی فردی (هر دو مورد ۲۱٪)، برابری (۱۹٪) و تساهل و مدارا (۱۶٪) قرار دارند. چهار ارزش دیگر نمره کمتر از ۱۴٪ به دست آوردند. همچنین در مقایسه با شاخص اروپا در سال ۲۰۰۶، صلح، بیشترین درصد ارزش‌ها را (البته با ۷٪ کمتر) به خود اختصاص داده است؛ در حالی که دموکراسی (با ۳٪ افزایش) و حکومت قانون (با ۴٪ افزایش) هر دو به عنوان پایه و اساس مورد استفاده قرار گرفتند. از سال ۲۰۰۶، جایگاه حقوق بشر در رده بندی ارزش‌ها ارتقاء یافت؛ حکومت قانون هم که در رده هشتم قرار داشت، اکنون همچون آزادی فردی، در رده پنجم قرار دارد جالب است بدانید که ارزش «آزادی فردی» در پاییز ۲۰۰۶، ۵٪ بیش از حکومت قانون افزایش داشت.

(The Directorate-General for Communication, 2008: 14)

هنر و فرهنگ در صف مقدم بسیاری از فعالیت‌های تبلیغاتی کشورهاست. هر کشوری واقف است که با نشان دادن میراث فرهنگی خود این فرصت را در اختیار دارد تا خود را بیشتر بشناساند و تصویر مثبتی ایجاد کند و به تحقق اهداف سیاسی شان کمک کند (راینچسکا، ۲۰۰۷: ۷۸).

شاهکار هنری

تئاتر و رقص در فرانسه سنتی قوی و نیرومند هم در مفاهیم کلاسیک و هم در افسانه‌ها دارند. چنانکه در بیشتر [دوره‌های] حیات فرهنگی فرانسه، پاریس در سنت باشکوه تئاتر تفوق و تسلط داشته است. نمایشنامه‌نویسان بزرگ فرانسه شامل پیرکرنی^۳، ژان راسین^۴، مولیر^۵، ویکتور هوگو^۶ الکساندر دوما^۷، ژان آنویل^۸ و ژان جنت^۹ می‌شود. کم‌دی فرانسه در حال حاضر هم کارهای کلاسیک مولیر و راسین را در پاریس اجرا می‌کند. «اپرا» نیز در فرانسه در تمام طبقات اجتماعی طرفدار دارد؛ تئاتر خیابانی، رژه‌ها و تولیدات تئاتری محلی نیز در استان‌ها رشد یافته است. به ویژه، شهر تولوز به خاطر شاهکارهای هنری اش شهرت جهانی دارد.

سینمای فرانسه بیشترین هزینه را - در مقایسه با سایر صنایع هنری - می‌کند و فرانسوی‌ها بیشترین دسترسی به تولیدات ملی هنری را نسبت به همسایگانشان دارند. [همچنین] بسیاری از شهرهای فرانسه در طول سال جشنواره‌های فیلم برگزار می‌کنند که

^۳ - Pier Ckerni

^۴ - John Raisin

^۵ - Moller

^۶ - Victor Hugo

^۷ - Alexander Duma

^۸ - John Aniol

^۹ - John Jentz

مشهورترین آن‌ها جشنواره فیلم «کن» است. (Melvin Ember Ember, 2001:805) and Carol R.

رسانه سینما

واژه رسانه بار محتوایی ویژه‌ای دارد. اصولاً رسانه ابزاری مناسب برای برقراری ارتباطات است. رسانه‌ها، به یک تعبیر، دستاورد فرهنگ صنعتی‌اند، هرچند در معنای عام آن از قدرت بیشتری نیز برخوردارند. رسانه‌های دیداری - شنیداری از جمله سینما به دلایل متعدد از مؤثرترین ابزارهای جهت‌دهنده و ذهنیت‌بخش سیاسی راهبردی به شمار می‌آیند. اصولاً سینما بیان غیرطبیعی را چنان طبیعی می‌سازد که همچون خود طبیعت به نظر می‌رسد. در فیلم، صحنه‌ها، چشم اندازه‌ها و رویدادها، آنچنان در ذهن بینندگان تأثیر می‌گذارند که گویی همه آن‌ها زندگی واقعی‌اند. فیلم‌ها، دامنه گسترده‌تری از جلوه‌های سینمایی را بر اساس اهداف و نیت تولیدکننده به مخاطبان عرضه می‌کنند. بسیاری معتقدند ابزار رسانه‌ای سینما، به یک عبارت، مبنای خودشناسی مخاطبان را دگرگون می‌کند؛ ذهن بیننده را به ابر فضاها پست مدرن می‌کشاند و گاه با چاشنی قرار دادن مقوله‌های ارزشی - سیاسی، در ذهنیت‌سازی و مدیریت ادراک مخاطبان، تأثیراتی شگرف برجای می‌گذارد. رسانه سینما با همراه کردن گام به گام بیننده با خود، با بهره‌گیری از حالت همبستگی و تعامل میان ذهنی، انگاره‌ها یا مفاهیم کنترل‌کننده‌ای را به مخاطب ارائه می‌کند که شاید به تعبیر فیلسوف فرانسوی، لویی آلتوسر^{۱۰}، یک ساز و کار ایدئولوژیکی برای توجیه وضع موجود تلقی شود.

جوزف کلاپر^{۱۱} معتقد است که رسانه‌هایی مانند سینما سه نوع دگرگونی اساسی را در ذهنیت مخاطبان ایجاد می‌کنند: تغییر عقیده، تغییرات جزئی و تقویت وضع موجود. براین اساس، سینما رسانه‌ای کاراست (مرادی، ۱۳۸۸: ۴۱۹-۴۱۸) یکی از افتخارات

^{۱۰} -looe Altozer

^{۱۱} -Jozef Kelaper

فرهنگ فرانسوی معاصر سینماست . پاریس گواهی می‌دهد که اولین نمایش عمومی ، فیلمی در سال ۱۸۹۵ است و شرکت‌های فرانسوی به سرعت نه تنها در اقتصاد و بازار بلکه در کل جهان تسلط یافتند . فقط در دوران جنگ جهانی اول فرانسه برتری‌اش را نسبت به ایالات متحده از دست داد . اما به طور جدی ، از دهه ۱۹۲۰ تاکنون فقط سینماهای آمریکا در اثرگذاری یا توانمندی‌ها و پیچیدگی‌های سبک‌ها و زمان‌های مختلف رقیب فرانسه شده اند . در شروع قرن بیست و یکم نیز، فرانسه یکی از مهم‌ترین تولیدکنندگان فیلم در دنیا و مهم‌ترین [تولید کننده فیلم] در اروپا باقی ماند. با اینکه [تولید فیلم] در این زمان روند نزولی پیدا کرد ، اما توجه به فیلم در [خود] فرانسه نسبتاً نیرومند و قوی باقی ماند . ابتکار بر روی مالیه (به واسطه مالیاتی بر روی شبکه های تلویزیونی) ، تبلیغات (از جمله «کن» و دیگر فستیوال‌های فیلم) و توجه به ساخت فیلم های چند بعدی در داخل فرانسه و جامعه فرانکوفونی برای اثبات سینمای فرانسه در مرکز تولیدات جهانی و اصول فیلم ادامه خواهد یافت . بر خلاف دیگر رسانه‌های فرانسه ، سینما اولین [رسانه ای] بود که خارج از کنترل دولت یا سرمایه [آن] توسعه یافت و برخلاف عکاسی وابستگی کمتری به جهان هنر داشت. سینما با تلاش عالمان و مؤسسات و شرکت‌های [تولید کننده] سرگرمی به وجود آمد و تنها از دهه ۱۹۱۰ بود که به « هنر» پیوست . به طور خلاصه، این [سینما] قبل از اینکه یک هنر باشد ، یک تکنولوژی بود. (اصطلاحاً به آن هنر هفتم گفته می‌شود) (W.Scott Haine, 2006: 179)

هنر و معماری و جایگاه آن

اصولاً تاریخ آدمی تاریخ فرهنگ و هنرهاست. مهم‌ترین شکل‌های هنر فرانسه نقاشی، مجسمه‌سازی و معماری است . سابقه تاریخی هنر فرانسه نیز اهمیت دارد که شامل نقاشی-های مشهور داخل غار در جنوب غربی فرانسه می‌شود . در قرن نوزدهم ، مکتب هنری رومانیتیک در نقاشی با همکاری اگوئین دلاکریوس^{۱۲} و ژان اگوست اینگرس^{۱۳} ایجاد شد .

^{۱۲}-Goien Delacrious

نقاشی های زندگی روستایی در طی این قرن ، به ویژه در آثار ژان کوربت^{۱۴} و ژان فرانسوا میله^{۱۵} رشد کردند .

به صورت دموکراسی درآمدن یا دموکراتیزه شدن فرهنگ نیز یکی دیگر از مسائلی است که در این مقاله به آن پرداخته می شود. این روند زمانی که سیر هنر، معماری و به طور کلی ساخت مسکن را طی صد سال گذشته بررسی می کنیم، بیشتر نمود می یابد . در اصل، این بناهای مقدس فرهنگ اشرافی - هنر و معماری - تحت تأثیر فرانسه، انقلاب صنعتی و سبک های هنری آن است . در هنر، این موضوع را به صورت خاص از زمان انقلاب فرانسه - که اولین موزه های مدرن جهان ساخته شدند می بینیم - و در سراسر دوران رمانتیک در ادبیات و هنر بر ذوق و آثار هنری افراد ، در مدارس مدرنیستی تأکید شد . عکاسان فرانسوی در سراسر قرن پیش ، به ویژه در به تصویر کشیدن درام و احساسات زندگی روزانه فرانسوی ها، مهارت یافتند ؛ و بنابراین کار آنان مکمل کار نقاشان و مجسمه سازان بود. (Haine, 2006 : 253)

باید به این نکته نیز توجه نمود که موسیقی انگلوساکسون، فیلم های حادثه ای آمریکایی، سریال های موفق تلویزیونی، رمان های عامه پسند، حضور گسترده کالاهای فرهنگی آمریکایی نیز در کنار شاهکارهای هنری فرانسه در سطح گسترده ای توزیع می شوند و مخاطبان فراوانی را در سراسر جهان جذب کرده اند و به نوعی، آثار رسانه ای فرانسوی را تحت الشعاع خود قرار داده اند. از دست رفتن نفوذ فرانسه بر بازار هنر یا در عرصه دانش (عدم توانایی این کشور برای بالا بردن کیفیت آموزش در دانشگاه و کیفیت تحقیقات)، نه تنها به نگرانی ها در مقابل کاهش نفوذ فرانسه دامن زده، بلکه این هراس را به وجود آورده که نکند فرانسه هویت فرهنگی خود را از دست بدهد و تحت انقیاد ابرقدرت آمریکا قرار بگیرد. آمریکایی سازی یعنی انتشار تصاویر آمریکا در سراسر جهان که به تحمیل

^{۱۳} - John Agus ingress

^{۱۴} - John Courbet

^{۱۵} - John Fransova Mille

هنجارهای آمریکایی بر افکار، رفتار، زبان‌ها و حتی تصورات مردم جهان می‌انجامد. فرانسه با دیدن دورنمای آنچه «آمریکایی‌سازی» جهان نامیده می‌شود، دچار نوعی حمله عصبی شده است.

اروپایی‌ها در زمینه گشایش بازارها به روی کالاهای فرهنگی با ایالات متحده مخالفت و از نظام سهمیه‌بندی که توزیع آثار آمریکایی در حوزه فیلم و سینما، تلویزیون، نشریات و موسیقی را محدود می‌کرد، دفاع می‌کردند. به عنوان مثال، در تلویزیون، چهل درصد فیلم‌های پخش شده باید تولید فرانسه باشند و سهم فیلم‌های غی اروپایی (یعنی اغلب آمریکایی) نباید از ۴۰٪ فراتر رود. با توجه به بالا بودن سهم محصولات آمریکایی در بازار، این نگرانی وجود دارد که تولیدات آمریکا پس از دستیابی به سود کلان در بازار داخلی آمریکا، با قیمت پایینی در بازار اروپا ارائه شود و رقیب سرسختی برای تولیدات ملی یا اروپایی باشد. زیرا نه تنها اروپایی‌ها نمی‌توانند همانند هم‌تایان آمریکایی خود از بودجه‌های عظیم برای تولید فرهنگی استفاده کنند. بلکه میزان سودآوری این کالاها نیز، به دلیل محدودیت‌های بازار بالقوه (به ویژه وجود مانعی به نام زبان) با کالاهای آمریکایی قابل مقایسه نیست. فرآورده‌های سمعی - بصری، پس از بخش هوانوردی و شیمی، سومین صادرات مهم آمریکا محسوب می‌شود و ۶۰ درصد این فرآورده‌ها به اروپا می‌رود. نظام سهمیه‌بندی با حمایت گسترده مردم فرانسه روبه‌رو شد. فرانسوی‌ها - در عین حال که تقریباً به طور مستمر به دیدن فیلم‌های آمریکایی، شنیدن آواز خوانندگان انگلیسی زبان و مراجعه به پایگاه‌های اینترنتی آمریکائی علاقه دارند- معتقدند که این وضعیت بسیار تأسفبار است و وضع قوانین برای کاستن از علاقه مردم به فرهنگ آمریکایی تا حدی مشروعیت دارد.

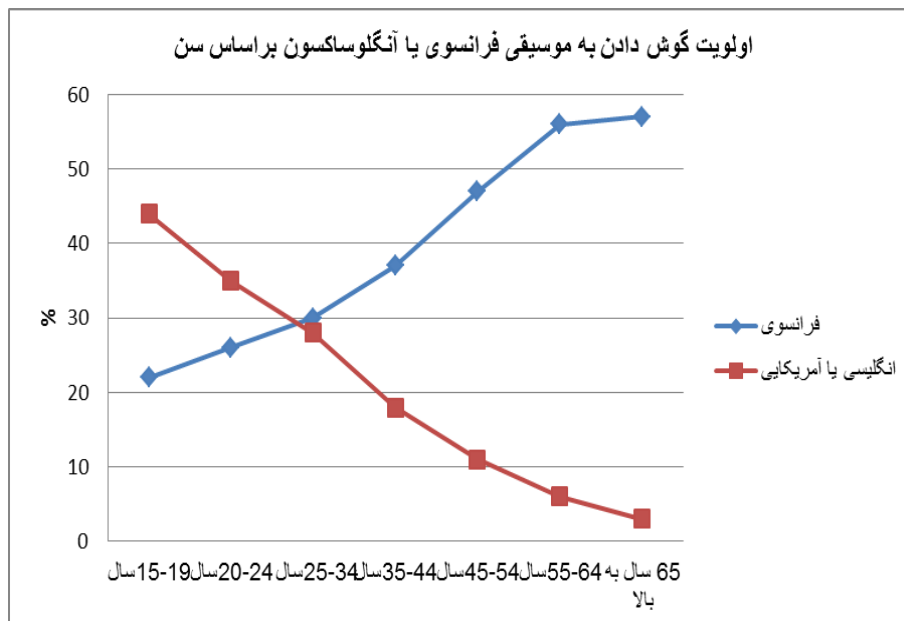
استثنای فرهنگی بحثی ریشه‌دار در میان فرانسوی‌هاست که به نوعی نماد مقاومت آن‌ها در برابر سایر فرهنگ‌ها و به ویژه فرهنگ آمریکایی به شمار می‌آید. این مفهوم متمرکز بر این است که سیاست‌های فرهنگی فرانسه باید به گونه‌ای طراحی شود که همیشه حافظ تمایزات فرهنگی فرانسوی‌ها با سایر نقاط جهان باشد. در یک نگاه کلی‌تر، منظور فرانسوی‌ها از کاربرد عبارت استثنای فرهنگی این است که قوانین بازار به ویژه نباید بر

۱. دیپلماسی فرهنگی فرانسه، ماهیت و ابزارها

فضای کالاهای فرهنگی نظیر نشریات، فیلم، کتاب و موسیقی حاکم شود. فرهنگ در عرصه روابط و تجارت جهانی یک استثناست و باید از آن حمایت کرد؛ همان طور که دولت فرانسه حمایت می‌کند. تلاش دولت فرانسه بر این است که در عرصه فرهنگ جلوی انحصار را بگیرد و از تنوع و تکثر حمایت و حقوق مؤلفان را تأمین کند. نیکولاسارکوزی زمانی که به عنوان رئیس جمهور فرانسه انتخاب شد در پیامی به جشنواره بین‌المللی فیلم کن اعلام کرد: « به کشورم می‌بالم که از استثناهای فرهنگی حفاظت می‌کند، استثنایی که به خلاقیت معاصر فرانسه روح تازه‌ای دمیده است. فرانسه باید از این مکانیزم حمایت‌های مالی دفاع کند و نباید این مکانیزم با اختصاص سوبسید اشتباه گرفته شود. وی در این پیام اعلام کرد که حق عوامل کارهای خلاق باید در برابر نقض حق کپی رایت حفاظت گردد». (خبرگزاری فرانسه، ۲۰۱۱/۵/۱۴ نقل قول از سارکوزی رئیس جمهور فرانسه)

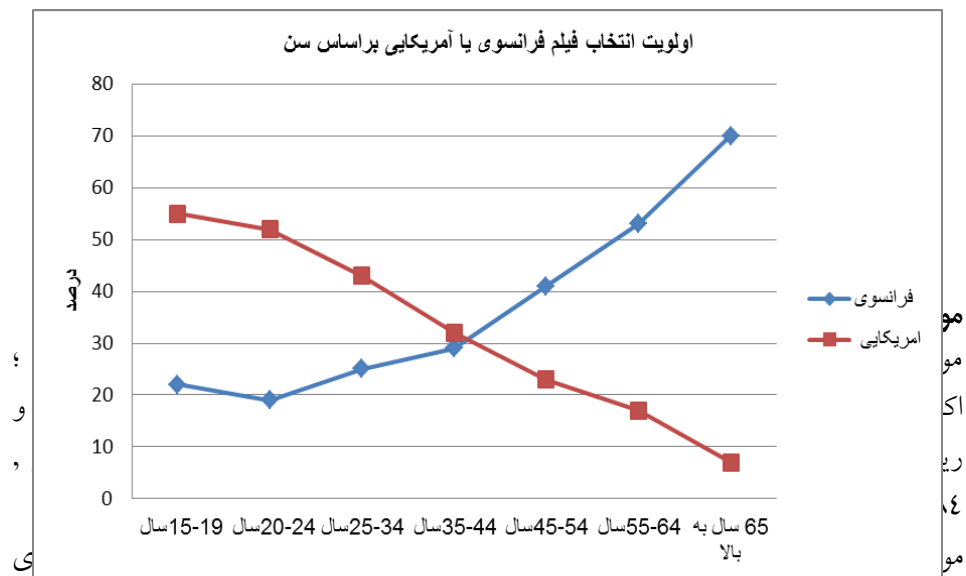
در اینجا، نموداری از اولویت و ترجیح مردم فرانسه نسبت به گوش دادن به موسیقی فرانسه یا آنگلوساکسون را بر اساس سن افراد - که در هر گروه صد نفر حضور دارند - مورد بررسی قرار داده‌ایم؛ همان طور که ملاحظه می‌کنید، با توجه به افزایش سن افراد، تمایل برای گوش دادن به موسیقی‌های فرانسوی افزایش می‌یابد و روند صعودی را شاهد هستیم. Source: Pratiques culturelles 2008, DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2009

نمودار دیگر مربوط به درصد اولویت و ترجیح افراد برای نگاه کردن به فیلم‌های فرانسوی زبان یا آمریکایی است. همان طور که ملاحظه می‌شود در اینجا هم با افزایش سن افراد شاهد هستیم که درصد بیشتری فیلم‌های فرانسوی را برای تماشا کردن برمی‌گزینند.



Source : Pratiques culturelles 2008, DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2009

نکته‌ای که در رابطه با هر دو این نمودارها باید بدان توجه کنیم این است که دولت‌های فرانسه باید بکوشند تا به گونه‌ای فرهنگ‌سازی کنند که جوانان و نوجوانان تمایل بیشتری به انتخاب موسیقی‌ها و فیلم‌های فرانسوی زبان داشته باشند و بتوانند بر آنان تأثیر مثبتی برجای گذارند.



به مدرن بودن، نو بودگی و تجددگرایی شهره است. موزه‌ها، به صورت و معنای نوین-

شان ریشه در فرهنگ و مدنیت سده‌های رنسانس دارند. موزه یک رویداد، تحول و چرخش بنیادین در نسبت و نگاه بشر عالم مدرن، نه تنها به انسان، تاریخ و زمان بلکه به هر پدیده و رویداد و واقعیتهای بوده است. در بحث پیش رو کوشیده‌ایم برخی ابعاد پدیده موزه و ماهیت چند ضلعی آن را توضیح دهیم. شاید بتوان گفت یکی از مصادیق مهم فرهنگی که به فهم عمیق‌تر و بهتر ما کمک می‌کند، همین موزه‌ها هستند.

رویش و رشد موزه‌ها در جغرافیای فرهنگ و تاریخ عالم مدرن و جوامع معاصر به موازات توسعه و تسری فعالیت‌های چند ضلعی موزه‌ها در سطح تاریخ، فرهنگ و جامعه جهانی و نشأت و نفوذ پرشتاب معرفت و منظر باستان‌شناسانه از چیزها و رویدادهای بنیادین و بسیار پیچیده‌تر از اشتیاق دیرینه و جاودانه بشر و انگیزه و علاقه گردآوری، تملک، تصاحب یا پاس و نگاه داشتن اشیاء و آثار متبرک و نفیس باستانی و خاطره انگیز آن گونه که در گذشته مطرح بوده، است. شواهد و قراین مهمی وجود دارد که در عهد باستان و دوره‌های بعد نیز، انسان‌ها، دولت‌ها، مراکز سلطه و ثروت و سیادت و همچنین گروه‌ها، قشرها و نهادها و سازمان‌های خاص اجتماعی، اشیاء و آثار کهن یا قدیمی - به ویژه هنگامی که متبرک بوده و از محتوا و معنای قدسی و آیینی و خاطرات قومی نیز برخوردار بودند - گردآوری کرده و محترم و عزیز داشته و حراست کرده و دست به دست و نسل به نسل به دوره‌های بعد به میراث سپرده اند. گنجینه‌های شاهی یا مجموعه‌های شخصی اغلب زیانزد و شهره خاص و عام بوده‌اند و چه افسانه‌ها و خاطره‌ها که مردم در وصف چنین مجموعه‌ها و گنجینه‌های شاهی و شاهانه در مخیله و خاطرات قومی خود نیافریده اند. سده‌های آغاز رنسانس نیز به مجموعه‌های شهره بود. این مجموعه‌ها در شهرها و جوامع اروپایی آن روز - به ویژه مجموعه‌های مراکز قدرت و اشرافیت - سهم جدی و مؤثر در شکل‌گیری نخستین موزه‌ها از سده هفده به بعد ایفا کردند. به رغم چنین شواهد و قراین مهمی که از گذشته در رابطه با موزه‌ها و مجموعه‌های باستانی در اختیار ما است، واقعیت این است که پدیده موزه، احساس، اندیشه، معرفت و منظر موزه‌ای و همچنین ذائقه مدرن موزه پسند و موزه پرست از چیزها و همچنین موزه به صورت نوعی ارتباط، استنباط، فعالیت، نسبت، تقریر یا بازخوانی و شناخت از چیزها از حوادث مهم شرایط جدید تاریخی و از

ویژگی‌های اندیشه، عقلانیت و مدنیت عالم مدرن و یا اصولاً کشف وجدان جسور و خرد بی‌قرار و روح سرگشته غربی است. (همان: ۱۱۷)

موزه‌ها، پدیده‌های چند رگه و چند هویتی و چند بنیادی فرهنگ و زندگی بشر عصری را به تماشا نهاده و بیان می‌کنند که همچنان شتابناک دهه به دهه چهره‌های فردی و اجتماعی‌اش در معرض تغییرات و تطورات چندگون و چند سویه قرار گرفته است. جهان ما اکنون زیر سقف و در سالن موزه‌های مدرنش می‌کوشد هویت خود را بازیابد. موزه‌هایی که از تخصصی‌ترین صور موزه‌ای گرفته تا عرفی‌ترین و مردمی‌ترین آن‌ها همانند باغ - موزه‌ها، کاخ - موزه‌ها، پارک - موزه‌ها، زیست - موزه‌ها در همه عرصه‌های فرهنگ و زندگی ما حضور داشته و در ذوق و ذائقه و اندیشه و معرفت و منظر ما از چیزها نیز به طرز خیره‌کننده و چشم‌گیر نشست و نفوذ کرده‌اند. مراد ما از مفهوم چند وجهی یا چند رگه بودن پدیده موزه همین است.

موزه، یک پدیده چند منظوره در جهان ما نیز هست؛ به این معنا که فعالیت‌های پیچیده و چندجانبه‌ای را نیز در برمی‌گیرد. گردآوری، نمایش، حراست، حفاظت، مرمت، آموزش، پژوهش، معرفی و مهم‌تر از همه برنامه‌ریختن و کوشیدن برای ایجاد نوعی ارتباط میان بشر امروز و دیروز و رابطه دیالوژیک بین احساس، اندیشه و خیال و خرد انسانی که در محیط و فضای موزه با آثار یا شواهد گذشته و اصولاً هر ماده و شیء‌ای مواجه می‌شود را می‌توان از مهم‌ترین آن‌ها برشمرد. (ملاصالحی، ۱۳۸۴: ۱۲۲)

نخستین مجموعه‌ها، انجمن‌ها، نهادها، سازمان‌ها، مؤسسات و محفل‌های فکری علاقه‌مند به موارث فرهنگی گذشته و آثار تاریخی و باستان‌شناختی در سده‌های آغازین صبحگاه رنسانس باختر زمینی - به ویژه تحولات فکری، فرهنگی و اجتماعی سده‌های هفده و هیجده - در پیدایش نخستین مجموعه‌ها و ظهور صور ابتدایی تر موزه‌های مدرن و تشکیلات موزه‌ای در میان جوامع و ملت‌های اروپای غربی نقش مؤثر و تعیین‌کننده داشته است. تصادفی نیست که از سده‌های نوزده به بعد با تشکیلات عظیم و نظام پیچیده پدیده موزه‌ها در اروپا و به ویژه در فرانسه به عنوان گهواره و مهد فرهنگ و تمدن اروپا مواجه می‌شویم. (همان: ۱۲۱)

یکی از موزه‌های بسیار معروف فرانسه، موزه لوور^{۱۶} است که در شهر پاریس واقع شده است. بیش از ۳۵ هزار اثر هنری در هشت بخش مختلف موزه لوور نگهداری می‌شود. این موزه، یکی از بزرگ‌ترین موزه‌های جهان است. این بنا توسط پادشاهان فرانسه دائماً گسترش می‌یافت. ریشه کلمه لوور به معنای «روشنائی آسمان» است. دولت فرانسه آثار هنری با ارزش لوور را در بین دو جنگ جهانی اول و دوم مخفی و به شدت مراقبت کرده است. این مکان - برای آنکه در مواقع ضروری دوباره قابل استفاده باشد - به صورت اسرار آمیز و نهان باقی مانده است. قسمت‌های زیادی از این بنا به سبک رنسانس فرانسه ساخته شده در واقع در سال ۱۵۴۶ معماری با نام پیرسکات^{۱۷} به دستور پادشاه فرانسیس اول مجموعه غربی لوور را ساخت.

در قرن ۱۷، بخش اساتید و هنرمندان هلند و فنلاند به آن اضافه شده و در سال ۱۷۲۵ آکادمی نقاشی و مجسمه‌سازی فرانسه در یکی از سالن‌های لوور بر پا شد. این آکادمی آن سالن را مکانی برای برگزاری نمایشگاه‌های سالیانه کرد. بازدید از بخشی از کاخ سلطنتی لوور در نوامبر ۱۷۹۳ در زمان انقلاب کبیر فرانسه برای عموم مجاز شناخته شد. در سال ۱۸۴۸، مردم فرانسه آثار هنری با ارزشی را به موزه هدیه کردند و در سال ۱۹۸۱، در زمان ریاست جمهوری فرانسیس میتران، پروژه اضافه کردن بنایی جدید به ساختمان موزه به نام **Le Grand Louvre** مطرح گردید. امروز بنای مجلل هرمی شکل شیشه‌ای مشخصه ورودی موزه است. بازدیدکنندگان می‌توانند در آن آثار قدیمی و مجسمه‌های مربوط به دوران رنسانس تا نقاشی‌های مدرن را ببینند.

موزه لوور، از سال ۱۷۹۳ میلادی تا امروز، به عنوان «موزه عمومی» فعال بوده است. تمرکز موزه لوور روی هنر، تاریخ بشر و فرهنگ (از جمله هنر و فرهنگ اسلامی) است و آثار بسیاری در این زمینه‌ها در این موزه جای گرفته‌اند که از آن جمله می‌توان به لوح حمورابی، تابلوی بانوی صخره‌ها و تابلوی مونالیزا اثر لئوناردو داوینچی اشاره کرد. در مجموعه‌های

^{۱۶} - The Louvre Museum

^{۱۷} - Architecture Pyrskat

مختلف این موزه آثاری از دوران پیش از تاریخ تاکنون نگهداری می‌شود، می‌توان گفت معروف‌ترین آثار هنری و تاریخی جهان را در این موزه نگهداری می‌کنند. این محل قبل از تبدیل به موزه یکی از کاخ‌های سلطنتی فرانسه بود. در پشت این کاخ، باغ زیبایی به نام باغ توپلری^{۱۸} وجود دارد و روبه‌روی باغ نیز میدان کنکورده قرار گرفته است. این مکان نزدیک خیابان معروف شانزه الیزه است.

زبان فرانسه

فرانسه زبان محاوره مردم فرانسه و برخی از کشورهای است که گروه فرانکفونی را تشکیل می‌دهند. « محیط فرانسه زبان » به محیطی گفته می‌شود که در آن به زبان فرانسه صحبت می‌شود. فرانسه زبانی نشانگر کشورهای است که فرانسه، زبان رسمی (واحد یا غیر واحد)، زبان مادری بخش بزرگی از جمعیت موجود، زبان فرهنگ یا زبانی است که از سوی برخی طبقات اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد و غیره. با این همه این دسته‌ها اینجا پایان نمی‌یابد. در برخی کشورهای فرانسوی زبان، با وجود اینکه فرانسه زبان رسمی است، نه زبان مادری است و نه زبانی که اغلب مردم از آن استفاده می‌کنند.

معیار زبانشناختی همواره بر ملیت منطبق نمی‌شود. بنابراین، تمامی نویسندگان به زبان فرانسه، لزوماً فرانسوی نیستند. امروز شمار گویشوران واقعی زبان فرانسه در تمام کشورهای عضو سازمان بین‌المللی کشورهای فرانسه زبان نزدیک به ۲۰۰ میلیون نفر برآورد می‌شود. در بعضی از این کشورها فرانسه، زبان مادری بخش اعظم مردم است (فرانسه و استان‌های متعلق به آن در آنسوی آب‌ها: کبک، بخش کانادایی برنزویک، بخش فرانسه زبان اونتاریو از ایالات کانادا، ناحیه والون و بخش اعظم بروکسل در بلژیک، سوییس رومان (دارای زبان مشتق از لاتین)، اقلیت ژرسی، موناکو و...).

در برخی کشورها فرانسه، زبان اداری یا زبان دوم و سوم آنهاست مانند: آفریقا در بخش جنوبی صحرای آفریقا که جمهوری دموکراتیک کنگو، نخستین کشور فرانسه زبان آن-

هاست؛ دوک نشین بزرگ لوگزامبورگ، مراکش و به خصوص الجزایر، که مردم آن پس از فرانسوی‌ها، بهترین زبان فرانسه را صحبت می‌کنند - با این همه این کشور جزو سازمان کشورهای فرانسه زبان نیست. آفریقا ناحیه‌ای مهم در دوران استعمار بوده و ردپای زبان کشورهای استعمارگر هنوز در آن باقی است. بالاخره، در دیگر کشورهای عضو جامعه فرانسه زبانی مانند رومانی که یک چهارم مردم آن فرانسه زبان هستند، زبان فرانسه جایگاه رسمی ندارد، بلکه اقلیت‌های فرانسه زبان قابل توجهی در آن‌ها وجود دارد و دانش آموزان زیادی این زبان را به عنوان نخستین زبان خارجی در مدرسه می‌آموزند. کشورهای دیگری نیز وجود دارد که در آن‌ها زبان فرانسه، زبان رسمی و دولتی است مانند لبنان.

در برخی موارد، پدیدهٔ فرانسه زبانی به جغرافیا بستگی دارد. سوییس، لوگزامبورگ و موناکو از این موارد هستند. سرانجام شمار نوجوانان و بزرگسالان کشورهای غیرعضو سازمان کشورهای فرانسه زبان که این زبان را در طول تحصیل و آموزش‌های حرفه‌ای خود به خصوص در مؤسسات ائتلافی فرانسوی و مدارس و دبیرستان‌های فرانسوی موجود در پنج قاره دنیا می‌آموزند، حدود ۱۰۰ میلیون نفر برآورد می‌شود.

وجود زبان فرانسه در کبک، ردپایی از استعمار قدیمی رژیم پیشین فرانسه است. کبک ادعای فرانسه زبانی دارد بی‌آنکه پیوند خود را با فرهنگی متفاوت - فرهنگ کبک - قطع کند. این پدیده، بر پیدایش بازتابی از همین دست در جنبش والون با بیانیهٔ مربوط به فرهنگ والون، بی‌تأثیر نبوده است. به موازات آن حرکتی نیز در سوییس رومان صورت گرفت و شارل فردینان راموز^{۱۹}، معنای ژرفی از آن ترسیم کرد. این گوناگونی فرانسه‌زبانی شاید برگ برندهٔ آن نیز باشد، زیرا این پدیده از طریق شکل‌های زندگی گویشوران زبان فرانسه، تنها مجموعهٔ زبان شناختی دنیاست که می‌تواند از نظر عمومیت یا گوناگونی با دنیای انگلیسی زبان مقایسه شود. سنگور در متن فرانسه زبانی از سیاهان نیز سخن گفته است. در لویزیانای آمریکا نیز شهروندانی هستند که به زبان فرانسه صحبت می‌کنند.

^{۱۹} - Charles Ferdinand Ramuz

بنابراین، مجموعه کشورهای فرانسه زبان، اجتماعی از جمعیت‌های بسیار گوناگون است که در پنج قاره دنیا پراکنده‌اند و زبان فرانسه آن‌ها را به هم پیوند می‌دهد.

جایگاه زبان فرانسه در حال حاضر

زبان فرانسه در انگلستان و بعضی از ایالات آمریکا به عنوان زبان اول خارجی در مدارس آموخته می‌شود. در اکثر کشورهای جهان، فرانسه پس از انگلیسی مقام دوم را داراست. در حال حاضر، زبان اول خارجی در کشورهای آلبانی، بلغارستان، اسپانیا، ایتالیا، هلند، پرتغال، رومانی، یوگسلاوی، زبان فرانسه است. همچنین زبان فرانسه هم‌تراز با زبان انگلیسی در کشورهای آمریکای لاتین، بعد از انگلیسی یا آلمانی در کشورهای چک و اسلواکی، لهستان و کشورهای اسکاندیناوی قرار دارد.

در آلمان، ایتالیا، دانمارک و آفریقا نیز فراگیری زبان فرانسه رو به گسترش است. در سال ۲۰۰۰ زبان فرانسه، زبان اصلی ۳۰۰ میلیون نفر بوده است (۳٪ از کل مردم جهان) و این رقم تا سال ۲۰۲۵ به ۵۰۰ میلیون نفر و در سال ۲۰۵۰ به ۶۵۰ میلیون نفر (۷٪ کل مردم جهان) خواهد رسید. همچنین تعداد فرانسه‌زبانان بیشتر در کشورهای جنوب به ویژه در آفریقا رو به افزایش است. آینده رشد فرانسه‌زبانان به اصلاح سیستم آموزش در کشورهای جنوب بستگی دارد. در بهار ۲۰۰۶، وزیر امور خارجه فرانسه طرحی جهت گسترش زبان فرانسه در جهان ارائه داد که شامل ایجاد قطب‌های آموزشی در مغرب، تعلیم ده هزار معلم جدید زبان فرانسه در سطح جهان و روی آوردن به فناوری جدید برای تقویت سیاست حمایت از زبان فرانسه در بطن اتحادیه اروپاست.

این طرح که هزینه‌ای معادل ۵۰ میلیون یورو دارد، پنج هدف اصلی را شامل می‌شود:

- استفاده از زبان فرانسه در مؤسسات اتحادیه اروپا
- مشارکت در گوناگونی فرهنگی و زبانی که همیشه در سطح بین‌المللی از سوی فرانسه مورد حمایت بوده است.

- حمایت از زبان فرانسه ، به عنوان زبان توسعه در کشورهایی که زبان فرانسه زبان اصلی آموزش ، ارتباطات ملی و همگرایی منطقه‌ای است تا راهی برای دست‌یابی به حیطة بین الملل باشد.
- جبران کمبود معلم زبان فرانسه در خارج به ویژه در کشورهای مغرب
- همراهی کردن با مؤسسات فرانسوی در بازارهای خارجی به منظور ایجاد فضای مناسب برای صادرکنندگان و سرمایه گذاران فرانسوی
- جامعه فرانسه از نظر فرهنگی غنی است و این امر، حاصل بیش از هشت قرن سنت در این کشور است. فرانسه دارای کتابخانه‌های متعدد و بسیار بزرگ ، موزه‌های متنوع و گسترده و انجمن های مختلف ادبی و هنری است که ثروت های هنری، تاریخی و ملی فرانسه را درخود جای داده اند.

اینترنت

اینترنت بیش از هر تکنولوژی دیگری به بازیگران غیرحکومتی ابزار مؤثر برای رساندن صدایشان به طرف‌های مورد نظر شامل طیف وسیعی از مخاطبین داخلی ، منطقه‌ای و بین المللی و بدون اتکا به رسانه‌های سنتی و بدون نیاز به چاپ و انتشار جزوه و نشریه ، درباره تمامی موضوعات پیرامونی خود هدیه کرده است . (بیات، ۱۳۸۵ : ۱۰۴)

اینترنت شیئی مادی و قابل لمس نیست ، یک سازمان ارگانیک و اشتراکی است . موجودی دیجیتال که به موازات تجربه انسان حرکت می‌کند و می‌تواند انواع اطلاعات و دانستنی‌ها را در دسترس قرار دهد ، از ساختار اتم کربن گرفته تا نتایج مسابقات اسب دوانی . اینترنت چیزهایی مانند نرم افزار ، موسیقی ، تصاویر چند رسانه‌ای ، فیلم و متن را در شکل ابزارهای الکترونیکی در اختیار ما می‌گذارد . اینترنت امکان ارتباط پویا و باز برای مکالمه تعداد زیادی از مردم در یک زمان را فراهم می‌کند .

ویژگی فرهنگی اینترنت ، بازبودن فضای آن و نبود موانع معمول و ضرورت‌های تجاری است . اینترنت ساختاری بی‌پایان ، عملی آزاد و غیر قابل محدود کردن است . اینترنت آخرین سیستم ارتباطی دیجیتال است . (فضلی ، ۱۳۹۰ ، ۲۶)

در نهایت، علم برای کشورهای پیشرفته یک قدرت نرم محسوب می‌گردد که به واسطه آن، احترام و حمایت جهانی را توسط ایده‌ها و موفقیت‌شان به خود معطوف می‌کنند. وقتی کشوری واکسن‌های جدید تولید می‌کند؛ راه‌های جدیدی برای تصفیه رودخانه‌ها می‌یابد یا عکس‌هایی اعجاب‌آور از فضا به جهان ارائه می‌دهد؛ جذب آن کشور نزد جهانیان افزایش می‌یابد. فرانسه مدرن نیز با تکیه بر غنای فرهنگی و تمدنی خود می‌تواند به کمک این وسیله پر قدرت انتقال داده‌های اطلاعاتی به ترویج و نشر آثار تمدنی و فرهنگی خود در گستره جهانی بپردازد.

نمادهای کشور فرانسه

از نظر گیرتز^{۲۰} فرهنگ الگوهای تاریخی انتقال یافته و نهادینه شده معانی‌ایی است که در نمادها تجسم می‌یابد. انسان می‌تواند از این طریق، یعنی به وسیله فرهنگ و نظام مفاهیم و معانی موروثی که در نمادها متجلی شده، دانش و نگرش خود درباره خود و زندگی‌اش را به دیگران انتقال دهد و از این راه به آن‌ها تداوم بخشد و آن‌ها را نگهداری کند یا توسعه دهد. نظام فرهنگی حاصل و حافظ معانی کنش‌های اعضای جامعه است. به کمک نظام فرهنگی و فرهنگ حاکم بر جامعه، می‌توان به فهم و شناخت معانی آن کنش‌ها نایل شد و در پرتو آن می‌توان به تفسیر معانی پی برد. بدون پی بردن به معانی کنش‌ها چگونه می‌توان انتظار تعامل انسان‌ها با یکدیگر را داشت. انسان‌های درگیر در کنش‌های اجتماعی همواره کنش‌های خود را بر اساس معانی حاکم بر کنش‌های دیگران تنظیم می‌کنند و بدون آنکه این معانی شناخته شود این جهت‌گیری‌ها غیرممکن خواهد بود و گیرتز مفهوم فرهنگ را در کلیه زوایای جامعه انسانی و حیات بشری تسری داده و ابعاد گوناگون زندگی انسان را تحت تأثیر فرهنگ آن جامعه می‌داند. (بختیاری و حسامی، ۱۳۸۲: ۲۱۹) در اینجا به تعدادی از نمادهای کشور فرانسه اشاره می‌کنیم:

پرچم ملی *drapeau tricolore le*

۲. دیپلماسی فرهنگی فرانسه، ماهیت و ابزارها

پرچم رسمی کشور فرانسه به سه رنگ آبی، سفید و قرمز است. قرمز رنگ انقلاب فرانسه و همچنین رنگ جمهوری در فرانسه است. سفید که نماد خلوص و سادگی است، رنگ شخصیت های بزرگ تاریخی فرانسه یعنی پادشاهان و آبی و قرمز رنگ های پایتخت فرانسه یعنی پاریس محسوب می شوند.

Hymne national

سرود ملی فرانسه یا سرود انقلابی است که توسط روزنه دو لیل^{۲۱}، افسر ارتش، و یکی از انقلابیون و آهنگساز فرانسوی سروده شده است.

la devise de la République française

شعار معروف آزادی، برابری و برادری (Liberté - Egalité – Fraternité) برگرفته از انقلاب کبیر فرانسه به سال ۱۷۸۹ و مبنای بیانیه حقوق بشر در جهان است. همچنین این شعار را می توان بر روی سکه ها نیز مشاهده نمود.

Marianne

ماریان، تصویر یک زن است که نماد جمهوری و آزادی است. مجسمه بالاتنه ماریان در شهرداری های فرانسه وجود دارد و تصویرش بر روی تمبرهای پستی طراحی شده است. تصویر ماریان بر روی اسکناس های ۱۰۰ فرانکی قدیم نیز نقش بسته بود و نیز می توان آن را بر روی سکه ها ملاحظه نمود.

Le bonnet phrygien

کلاه فری ژین، نماد بردگانی است که زنجیر اسارت را گسسته و شهروند آزاد شده اند. این نام برگرفته از نام کلاهی است که بردگان رومی هنگامی که آزاد می شدند، بر سر می نهادند و انقلابیون فرانسه نیز در سال ۱۷۸۹ آن را پذیرفتند.

La fleur de lys

گل سوسن نماد پادشاهان فرانسه است و نیز بر روی پرچم کبک کانادا نقش بسته است.

^{۲۱} - Marseillaise

^{۲۲} - Rouget de Lisle

L'Hexagone شش ضلعی

این اصطلاح در مورد کشور فرانسه به کار می رود و نماد شکل جغرافیایی فرانسه است زیرا نقشه جغرافیایی فرانسه به صورت شش ضلعی است.

Le coq gaulois خروس

نماد خروس از سوی ورزشکاران فرانسوی به عنوان نقش خوش شانس پذیرفته شده است.

La Semeuse زن بذرپاش

زن بذر پاش نماینده زاد و ولد و غنای کشاورزی در فرانسه به شمار می آید. این نماد بر روی برخی از سکه‌ها نیز مشاهده می گردد.

La Tour Eiffel برج ایفل

عموم مردم در جهان برج ایفل را مترادف با فرانسه قلمداد می کنند. ایفل نام مهندس فرانسوی است که این برج را به مناسبت نمایشگاه جهانی ۱۸۸۹ در این محل ساخت. برج ایفل امروزه یکی از جاذبه‌های مهم گردشگری قاره اروپاست و گردشگری نیست که به فرانسه برود و از این برج دیدن نکند.

Le logotype لوگوی رسمی دولت فرانسه

دولت ژوسپین^{۲۳} در سال ۱۹۹۹، این نماد را که ترکیبی از پرچم فرانسه، ماریان و شعار سه گانه فرانسه است، به تصویب رساند و در حال حاضر در سر برگ‌های رسمی دولتی از این نماد استفاده می شود.

نتیجه گیری

در این مقاله، به بررسی مهم ترین عناصر دیپلماسی فرهنگی فرانسه پرداختیم؛ عناصری چون ارزش های فرانسوی، سینما، تئاتر، رسانه ها، موزه ها، اینترنت و به ویژه یک

عنصر بسیار مهم یعنی زبان فرانسه، فناوری های نوین و بحث انتقال تکنولوژی و در آخر هم به نماد های کشور فرانسه اشاره کردیم.

در دیپلماسی فرهنگی فرانسه فرهنگ عامل تفاوت ملیت ها نیست. بلکه می تواند به عنوان برگ برنده رشد اقتصادی و سیاسی به شمار آید. عاملی که کشور فرانسه به لحاظ تمدن و فرهنگ بسیار غنی می تواند از آن بهره زیادی ببرد. در سایه تغییر و تحولات بنیادین نظام بین الملل و ظهور قدرت های جدید، کشورهای مهمی مثل فرانسه برای بهره گیری از اوضاع جدید مجبورند با این قدرت های کلیدی نوظهور وارد گفتگو شوند.

در چنین فضای رقابتی، فرهنگ می تواند در این فرآیند نقش مهمی بازی کند. پیچیدگی های روابط را کاهش دهد و لینک های تازه ای به حوزه های دیگر باز کند. نیز به این نکته باید توجه داشت که مزایای فرهنگ فقط زمانی کاملاً شناخته می شوند که ساختارهای قوی و منسجمی برای فعالیت های دیپلماسی فرهنگی وجود داشته باشد.

فرانسه به پشتوانه فرهنگ غنی خود توانسته نفوذ خود را بر کشورهایی که در گذشته مستعمره آن بوده اند حفظ و استقلال آن ها را گسترش دهد که این موضوع می تواند در ارتقای جایگاه فرانسه و دیدگاه کشورهای دیگر نسبت به آن تأثیر مهمی داشته باشد. در خصوص اهمیت دیپلماسی فرهنگی باید گفت از آنجایی که جهانیان نسبت به این مسئله بی اعتنا نخواهند بود، لازم است هر کشوری خود را برای نسل آینده دیپلماسی فرهنگی آماده کند. استدلال می شود که با توجه به رشد تکنولوژی های جدید، اینترنت، رشد اجتماعات جهانی، افزایش مسافرت های جهانی و... کم کم افراد این توانایی را دارند که به صورت فردی بر دیدگاه های دیگران اثرگذاری کنند و کشورهایی در این بازی پیروز می شوند که بستر لازم برای استفاده از این تریبون ها را فراهم کنند.

در اینجا، می توان سری راهکارهایی را برای موفقیت دیپلماسی فرهنگی فرانسه ارائه کرد:

- ایجاد سیستم کارآمد حکومتگری برای موفقیت بهتر فرهنگ و ارزش های فرهنگی کشور،
- توسعه رهبری سیاسی
- استفاده از مسابقات المپیک به عنوان یک نقطه ثقل برای کار دسته جمعی،

- ایجاد سواد فرهنگی با استفاده از تکنولوژی‌ها و امکانات دنیای مدرن،
 - پاسخگویی به چالش‌ها و فرصت‌های ایجاد شده به وسیله تکنولوژی جدید.
- باید اشاره کنیم تنوع فرهنگی و مقابله با فرهنگ آمریکایی بی‌تردید یکی از سیاست‌گذاری فرهنگی و سیاست خارجی فرهنگی در فرانسه است. از وقتی که فرانسوی‌ها تاب مقاومت در برابر سینمای هالیوود را از دست دادند، تصمیم گرفتند تا از ورود فیلم‌های سینمایی و تولیدات آمریکایی جلوگیری کرده و از سوی دیگر، با حمایت از سینمای ملی و سختگیری بر پخش فیلم‌های آمریکایی به کمک سینمای ملی بشتابند؛ که می‌توان گفت بحث استثنای فرهنگی فرانسه بیشتر به همین دلیل است. فرانسه همچنان به دنبال برتری در سطح اروپا و همین‌طور سطح جهانی است و در این راه سعی کرده تا بیشتر از مؤلفه‌های قدرت نرم که در دنیای کنونی نفوذ بیشتری دارند، بهره‌جوید.

منابع

- آقایی، سید داود، (۱۳۸۷) *آداب دیپلماسی و فنون مذاکره*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- بختیاری، محمد عزیز و فاضل حسامی (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه‌های اجتماعی دین*. تهران: مؤسسه پژوهشی و آموزشی امام خمینی.
- بیات، محمود. (۱۳۸۵) *دیپلماسی دیجیتال: پژوهشی در تحولات دیپلماسی معاصر*. تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی. (۱۳۸۸). *کتاب سبز فرانسه*. تهران: وزارت امور خارجه.
- راینچسکا، مارتا (۲۰۰۷). «دیپلماسی فرهنگی به عنوان شکلی از ارتباطات بین‌المللی». ترجمه محمد رضاعی‌وضی. (۱۳۸۹). «نقش اینترنت و ماهواره در تغییرات فرهنگی و سیاسی کشورهای در حال توسعه». (فصلنامه مطالعات تربیتی و روانشناسی دانشگاه مشهد، دوره ۵ شماره ۲ تابستان ۱۳۹۲)
- مرادی، حجت اله. (۱۳۸۸). *قدرت و جنگ نرم: از نظریه تا عمل*. تهران: نشر ساقی
- ملاصالحی، حکمت‌الله (۱۳۸۴). *جستاری در فرهنگ، پدیده موزه و باستان‌شناسی*. تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی
- میلسن، ژان و همکاران. (۱۳۸۸). *قدرت نرم در روابط بین‌الملل*. ترجمه ر. ک. س. روحانی تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)

- Ember .Melvin & Carol R. Ember. (2001) . *Countries and their cultures*. New York: Macmillan Reference USA .
- Haine,W.scott.(2006).*Culture and Customs of France*.london:Greenwood Press.
- Safran .William. (2003). *Politics in Europe*. New York: Chatham House Publishers of Seven Bridges Press .
- Ross,Christopher.(2002).'*public diplomacy coms of age*'. Washigton Quaterly.
- The Directorate-General for Communication. (2008). "*Europeanbarometer69/ values of European* ". European Commission.

