

دیپلماسی فرهنگی فرانسه: راهبردهای حمایت از صادرات فرهنگ از طریق کتاب^۱

تاریخ دریافت: ۹۹/۵/۲۰

حمیده گوهری^۲

نادر نقشینه^{۳*}

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۰/۳۰

محمدرضا دهشیری^۴

محمدرضا وصفی^۵

چکیده

بررسی سیاست خارجی جمهوری فرانسه گواه آن است که در نگاه حکومت‌های مختلف آن، فرهنگ و دیپلماسی فرهنگی دارای جایگاه و اهمیت بوده است. کتاب به عنوان صنعت فرهنگی که مخاطبان بین‌المللی را هدف قرار می‌دهد در زمره ابزارهای عمده فرهنگی برای جذب و نفوذ فرانسه در کشورهای دیگر محسوب می‌شود. صنعت کتاب امروز از صنایع فرهنگی پیشرو فرانسه در زمینه صادرات به شمار می‌رود و عملکرد ناشران نقش مهمی در تبیین و نمایاندن فرهنگ فرانسوی در خارج از کشور دارد. مراکز و شبکه‌های فرهنگی فرانسه در چارچوب برنامه‌های راهبردی و اجرایی دیپلماسی فرهنگی، از طریق پشتیبانی ترجمه و ترویج سفر نویسندگان فرانسوی‌زبان در سراسر جهان از صنعت کتاب حمایت می‌کنند. از نظر سیاست‌گذاران حوزه کتاب فرانسه، نویسندگان حاملان عمده نفوذ فکری و فرهنگی فرانسه به شمار می‌روند.

این مقاله با رویکردی توصیفی و تاریخی به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال است که چگونه دولت فرانسه از رهگذر بهره‌گیری از صادرات کتاب درصدد تقویت دیپلماسی فرهنگی خود در کشورهای فرانسوی‌زبان آفریقا برآمده است؟ فرضیه مقاله حاضر آن است که دولت فرانسه از رهگذر صادرات کتاب و ادبیات فرانسوی به‌عنوان یکی از منابع اصلی قدرت نرم در عرصه دیپلماسی فرهنگی با جذب مخاطبان به‌ویژه در کشورهای فرانسوی‌زبان قاره آفریقا به صادرات از طریق رسانه کتاب به انتقال فرهنگ، ادبیات و هنر برای ارائه تصویری مثبت از این کشور در عین تداوم هژمونی می‌پردازد.

کلیدواژه‌ها: برنامه‌های حمایت از ترجمه و نشر، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی،

صادرات، فرانسه، قدرت نرم، کتاب

^۱ این مقاله مستخرج از رساله دکتری خانم حمیده گوهری است.

^۲ دکترای علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تهران gohari_h@ut.ac.ir

^۳ دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) nnaghsh@ut.ac.ir

^۴ استاد دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه mohammadreza_dehshiri@yahoo.com

^۵ استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تهران mvasfi@ut.ac.ir

در نظریه سازه‌انگاری، هویت‌ها، هنجارها و فرهنگ در قالب قدرت نرم نقش مهمی در سیاست خارجی ایفا می‌کنند. هویتها و منافع دولت‌ها توسط هنجارها، تعاملات و فرهنگ‌ها ایجاد می‌شود و این فرایندی است که موضوع تعامل دولت‌ها را تعیین می‌کند (خاشعی و مرادامزاده-جعفر، ۱۳۹۰). امروزه در مناسبات میان کشورها عدم توجه به مقوله‌های فرهنگی امکان‌پذیر نیست و چنانچه کشوری بخواهد در این عرصه جایگاه خود را ارتقاء دهد، ناگزیر از کاربست عناصر و مؤلفه‌های فرهنگی در سیاست‌ها و راهبردهای خویش است. بسیاری از متفکران امروزه اعتقاد دارند که فرهنگ و عناصر فرهنگی از مؤلفه‌های مهم قدرت ملی به شمار می‌روند. کشورها روابط فرهنگی خود را با یکدیگر افزایش داده‌اند و در پرتو این روابط، درصدد جهانی‌سازی ارزش‌ها و فرهنگ خود هستند. کاملاً واضح است که پیشرفت در قدرت نظامی و اقتصادی چنانچه با مشروعیت ناشی از اعتدالی فرهنگ و جهانی‌سازی ارزش‌ها همراه نباشد، جایگاه بین‌المللی کشورها دچار عدم ثبات و تزلزل خواهد شد. با توجه به این مهم، شاهد تلاش‌های روزافزون کشورهای مختلف جهان برای جهانی‌سازی ارزش‌های خود در قالب دیپلماسی عمومی، رسانه‌ای و فرهنگی هستیم (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱).

دیپلماسی فرهنگی از انشعابات و زیرشاخه‌های دیپلماسی عمومی و همچنین یکی از مصادیق بارز قدرت نرم می‌تواند زمینه‌هایی را فراهم نماید تا یک کشور از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فرهنگی، ادبی، هنری، تاریخی و حتی دینی و مذهبی خود در قالب‌های مختلف و متنوع همچون ادبیات، شعر، موسیقی، سینما و سایر زیرشاخه‌های فرهنگ، در راه دست‌یافتن به اهداف خود در عرصه سیاست خارجی بهره بگیرد. برخی کشورها در استفاده از فرهنگ در تعاملات بین‌المللی، سابقه بیشتری دارند؛ فرانسه یکی از این کشورهاست. مروری بر تاریخ سیاست خارجی این کشور پیشرفته اروپایی، به‌خوبی نشان می‌دهد که در نگاه دولت‌ها و حکومت‌های مختلف آن، دیپلماسی فرهنگی دارای جایگاه و اهمیت است. این مقاله بر آن است که به تبیین برنامه‌های راهبردی و اجرایی دیپلماسی فرهنگی فرانسه یعنی چگونگی صادرات فرهنگ و هنر از طریق رسانه کتاب پردازد و نظر به اهمیتی که فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغاتی در دوران جنگ سرد^۱ داشتند و به‌نوعی سرآغاز کنش‌گری‌های قطب‌های قدرت‌مند جهان در عرصه به‌کارگیری فرهنگ و ایدئولوژی برای کسب هژمونی بود؛ تلاش‌های فرانسه در جذب مخاطب از طریق کتاب در این دوران و در کشورهای فرانسوی‌زبان^۲ قاره آفریقا را مورد بحث و بررسی قرار دهد. بر این اساس پرسشی که مطرح می‌شود این است که چگونه دولت فرانسه از رهگذر بهره‌گیری از صادرات کتاب درصدد تقویت دیپلماسی فرهنگی خود در کشورهای فرانسوی‌زبان آفریقا برآمده است؟ فرضیه مقاله حاضر آن است که دولت فرانسه از رهگذر صادرات کتاب و ادبیات

¹ Cold War

² Francophonie

فرانسوی به عنوان یکی از منابع اصلی قدرت نرم^۱ در عرصه دیپلماسی فرهنگی با جذب مخاطبان به ویژه در کشورهای فرانسوی‌زبان قاره آفریقا به صادرات از طریق رسانه کتاب به انتقال فرهنگ، ادبیات و هنر برای ارائه تصویری مثبت از این کشور در عین تداوم هژمونی می‌پردازد. مقاله حاضر می‌کوشد به شیوه توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای، راهبرد کشور فرانسه را در عرصه دیپلماسی کتاب ترسیم کند.

چارچوب نظری

قدرت نرم

نظر به اهمیت حیاتی مفهوم قدرت برای آمریکا با پایان دوران دوقطبی حاصل از جنگ سرد، اندیشمندان و نظریه‌پردازان متعددی کوشیدند تا با طرح دیدگاه‌هایی تازه، شرایط راستین حاکم بر نظام بین‌المللی را بررسی و تجزیه و تحلیل نمایند. یکی از اندیشمندان پیش رو در این ارتباط، جوزف نای، استاد روابط بین‌الملل دانشگاه هاروارد بود (کتابی، یزدانی و رضایی، ۱۳۹۱).

جوزف نای، پدر قدرت نرم این‌گونه استدلال می‌کند که «بُرد قلوب و افکار^۲، سنگ بنای ساخت سیاست خارجی برای رهبران سیاسی در عصر جهانی اطلاعات^۳ امروز محسوب می‌شود (Nye, 2004, p. 1). آنچه اتفاق افتاده این است که ماهیت قدرت تغییر کرده و به‌منظور رشد و بلوغ سریع، رهبران سیاسی باید عناصر نرم‌تر اقناع و جذب را برای داشتن قدرت واقعی به حساب آورند (Nye, 2004, p. 2).

نای از اولین پژوهشگرانی است که مطرح کرد دوره استفاده تنها از اعمال قدرت از طریق مشوق‌ها، اجبار و تهدید به سر آمده است. اجبار و دیگر تجلیات قدرت سخت^۴ نه تنها امروز بلکه در گذشته هم مؤثر نبودند. و قطعاً به تنهایی هم مؤثر نخواهند بود. امروزه، قدرت سخت تاحدودی از طریق تجلیات قدرت نرم جایگزین شده که به مثابه مکملی برای آن است اجرا می‌شود (Gallarotti, 2010; Nye, 2004). وی مدعی شد که اگر آمریکا تنها دو درصد از مبلغ تولید ناخالص داخلی خود را به برنامه‌های اختصاص دهد که هم آموزش داخلی را ارتقاء داده و هم کمک‌های مؤثر و اطلاعات مورد نظر را به خارج برساند به قدرتی متفاوت و عمیق‌تر از قدرت سخت دست می‌یابد که به آن قدرت نرم می‌گوییم (گودرزی و معبودی‌نژاد، ۱۳۹۵). شین والی^۵ قدرت نرم را به‌عنوان «جذابیت اندیشه‌ای و فرهنگی^۶» تعریف می‌کند که برای دستیابی به ضرورت‌های استراتژیک استفاده می‌شود (Lee, 2011).

¹ Soft Power

² Winning Hhearts and Minds

³ Global Information Age

⁴ Hard Power

⁵ Shin Wha Lee

⁶ Ideational and Cultural Attractiveness

از نظر جوزف نای، اگر قدرت را کلیدی‌ترین مؤلفه تعیین‌کننده روابط و جایگاه کشورها در عرصه روابط بین‌الملل تعریف کنیم، قدرت نرم توانایی تعیین اولویت‌ها است به‌گونه‌ای که با دارایی‌های ناملموس، مثل داشتن جذابیت‌های فرهنگی، شخصیتی و ارزش‌های سیاسی و نهادی، مرتبط و هم‌سو باشد یا این‌که سیاست‌های قابل قبول با اعتبار معنوی را پدید آورد (نای، ۱۳۸۷). گالاروتی اظهار می‌دارد: «جهان، تکامل را به سمت "جهان نرم‌تر" ادامه می‌دهد. اینجا اهمیت قدرت نرم بالاتر از قدرت سخت در نظر گرفته شده است. او استدلال می‌کند که جامعه جهانی به سمت بازیگرانی متمایل‌تر شده است که به فرصت‌های نرم حساس هستند (Gallarotti, 2011).

قدرت نرم به دلیل نتایجی که به دنبال دارد مطلوب و مورد توجه است. متأسفانه، بیشتر مزایای قدرت نرم غیرمستقیم^۱، ضمنی^۲ و بلندمدت^۳ است. لی، به‌ویژه، اظهار می‌کند که هنوز بسیاری از سوالات مربوط به چگونگی اندازه‌گیری افزایش نفوذ یا افزایش متقاعدسازی در یک دولت وجود دارد (Lee, 2011). لی و گالاروتی پی برده‌اند که قدرت نرم، بر خلاف قدرت سخت، کمتر مستقیم و کمتر قابل توجه است، به این معنی که نتایج فوری برای تشخیص فوری آن سخت و برای اندازه‌گیری حتی دشوارتر است. قدرت نرم نتایج طولانی‌مدت ارائه می‌کند. همان‌طور که لی بیان می‌کند، نتایج مثبت قدرت نرم "تأثیر تجمعی تحولات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر نسل‌های مختلف است و به سرمایه‌گذاری بلندمدت منابع انسانی و مادی^۴ نیازمند است (Lee, 2011).

دیپلماسی عمومی

جوزف نای استدلال می‌کند که قدرت نرم را می‌توان با روش‌های مختلف به دست آورد. یکی از این روش‌های دستیابی به قدرت نرم که او لیست می‌کند دیپلماسی عمومی است. وی در کتاب خود در فصلی تحت عنوان «داشتن قدرت نرم»^۵ از اصطلاحات «قدرت نرم» و «دیپلماسی عمومی» استفاده می‌کند که به‌طور قابل ملاحظه‌ای نشان می‌دهد دیپلماسی عمومی تنها وسیله برای داشتن قدرت نرم است (Nye, 2004) ملیسن^۶، که به‌طور گسترده‌ای درباره دیپلماسی عمومی می‌نویسد، می‌گوید: "دیپلماسی عمومی یکی از ابزارهای مهم و کلیدی قدرت نرم است (Melissen, 2005)". قدرت نرم، ابزار جامع سیاست خارجی با هدف قراردادن یک دولت دیگر است. درحالی‌که هم دیپلماسی فرهنگی و هم دیپلماسی عمومی از قدرت نرم همه‌جانبه‌اندکی متفاوتند، زیرا این دو عمدتاً عموم مردم و نه تنها نخبگان در کنترل تصمیم‌گیری در یک کشور را هدف می‌گیرند (Mutsaka, 2013).

¹ Indirect

² Implicit

³ Long Term

⁴ Human and Material Resources

⁵ Wielding Soft Power

⁶ Melissen

12 (p). برای دپلماسی عمومی، تصویر ملی^۱ با هدف قراردادن عموم در یک کشور دیگر ایجاد می‌شود (Lord, 2008).

دپلماسی عمومی به‌ویژه به‌دلیل پیشرفت عصر اطلاعات جهانی ضروری شده است. علاوه بر دولت‌های خارجی عامه مردم کشورهای خارجی نیز از اهداف قدرت نرم هستند "دموکراتیزه کردن، دسترسی به اطلاعات شهروندان را به ناظران مستقل و همچنین شرکت‌کنندگان فعال در سیاست بین‌المللی تبدیل کرده است." (Melissen, 2005). ممکن است فردی استدلال کند که این امر تنها در کشورهای واجد دموکراسی درست باشد. با این حال نباید فراموش شود که دپلماسی عمومی و دپلماسی فرهنگی سرمایه‌گذاری طولانی‌مدت هستند و نتایج را نمی‌توان فوراً دید یا احساس کرد. آن‌ها در طی زمان و در نهایتاً در دولتی متجلی می‌شوند (Mutsaka, 2013).

دپلماسی فرهنگی

دپلماسی فرهنگی حوزه‌ای از دپلماسی عمومی^۲ است که به برقراری، توسعه و پی‌گیری روابط با کشورهای خارجی از طریق فرهنگ، هنر و آموزش مربوط می‌شود. دپلماسی فرهنگی به‌عنوان یک رسم و یک روش صدها سال سابقه دارد. همه سیاحان، مسافران، معلمان، هنرمندان و نویسندگان را می‌توان نمونه‌هایی از سفیران غیررسمی یا دپلمات‌های فرهنگی اولیه به حساب آورد. یکی از تعاریف اولیه از دپلماسی فرهنگی توسط دانشمند و نویسنده سیاسی آمریکا، میلیتون سی. کامینگز این‌گونه ارائه شده است: «مبادله اندیشه‌ها، اطلاعات، ارزش‌ها، نظام‌ها، سنت‌ها، اعتقادات و دیگر جنبه‌های فرهنگ، با هدف تقویت درک متقابل».

این مبادله فرهنگی می‌تواند در عرصه‌هایی شامل هنر، ورزش، ادبیات، علم و اقتصاد صورت گیرد. چنین مبادله‌ای متضمن ارتباط و احترام بین فرهنگ‌های درگیر بوده، بر درک قوی‌تر از ارزش‌های ذی‌ربط و کاهش حساسیت‌های کلیشه‌ای استوار است. توانایی بالقوه چنین معرفت‌مترقیانه‌ای این است که امکان تعامل و تعاون مترقیانه را فراهم می‌کند (دهشیری، ۱۳۹۳: ۱۸).

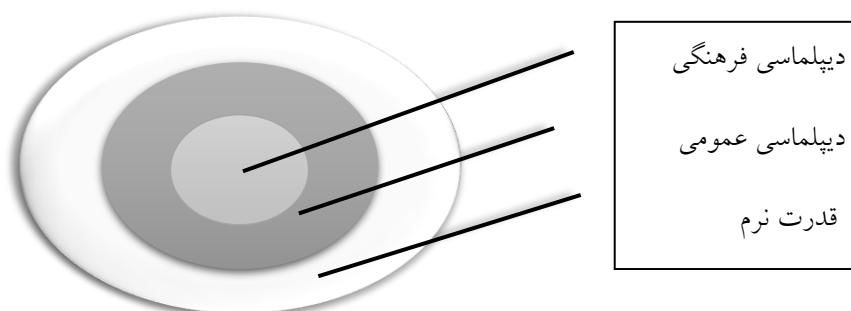
دپلماسی فرهنگی، هنر کاربست و اجرای سیاست‌های فرهنگی توسط نمایندگان رسمی کشورها قلمداد می‌شود. مهارت و هنر استفاده از توزیع بهینه بودجه تخصیص‌یافته برای برنامه‌های فرهنگی توسط دپلمات‌ها، دپلماسی فرهنگی نامیده می‌شود. این برنامه‌ها و فعالیت‌ها خود ممکن است در خدمت اهدافی چون ایجاد صلح و ثبات جهانی، صدور فرهنگ‌ها و تقویت هویت ملی کشورها و جز این‌ها باشد (حقیقی، ۱۳۸۶: ۶۶).

بسیاری از نظریه‌پردازان، دپلماسی فرهنگی را نمونه بارز اعمال قدرت نرم معرفی می‌کنند که بیان‌گر توانایی یک دولت برای رسیدن به اهداف مطلوب از طریق ایجاد جذبه و کشش و نفوذ در دیگر کشورهاست.

¹ National Image

² Public Diplomacy

شکل ۱ رابطه بین دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی عمومی و قدرت نرم را نشان می دهد که بسیاری از محققان این ارتباط را ترسیم کرده اند (Mutsaka, 2013, p. 6).



شکل ۱: دیپلماسی فرهنگی؛ ابزاری برای قدرت نرم

کال دیپلماسی فرهنگی را به چهار نوع اصلی تقسیم می کند:

۱. اول، «ره آورد (هدیه) معتبر»^۱ که عرضه و نمایشی از بهترین عناصر ارزشمند فرهنگی متعلق به یک دولت و مردم آن است. این ره آورد یا هدیه می تواند در مورد رقص های سنتی، روش های خاصی از بافندگی و یا حتی یک نمایشگاه موزه تاریخی باشد.
۲. «اطلاعات فرهنگی»^۲ دومین نوع دیپلماسی فرهنگی است. این شاخه، آموزشی است و شامل همه انواع ارائه اطلاعات است که به طور معمول در خارج از کشور شناخته نمی شوند. کول مثالی از هنر یا ادبیات نزدیک به گروه های قومی اقلیت را مطرح می کند (N. Cull, 2010).
۳. سومین نوع دیپلماسی فرهنگی «گفت و گو و همکاری»^۳ با استفاده از فعالیت های فرهنگی با هدف متحد کردن مردم است و روابط میان فرهنگی و بین المللی را شکل می دهد. این نوع شامل تبادل فرهنگی و فعالیت های فرهنگی بین المللی می شود (N. J. Cull, 2008).
۴. آخرین نوع دیپلماسی فرهنگی، «ایجاد ظرفیت (ظرفیت سازی)»^۴ است که پرورش مهارت های فرهنگی محلی یک دولت در خارج از کشور است. مثال کلیدی در این زمینه، زبان است. یک کشور می تواند ظرفیت فرهنگ خود را بسازد در صورتی که مردم بیشتری زبان آن کشور را بدانند (N. J. Cull, 2009). این ظرفیت برای مخاطبان خارجی دسترسی به ادبیات، موسیقی، اخبار و بسیاری از پیام های اصلی که توسط زبان حمل می شوند را فراهم می کند.

لنزوسکی سیزده ابزار دیپلماسی فرهنگی را این گونه فهرست می کند: ادبیات، نمایشگاه ها، برنامه های آموزشی، مبادلات، هنر، آموزش زبان، اشاعه و پخش، هدایا، گفت و گو، ترویج ایده ها و ارزش ها، ترویج سیاست های اجتماعی، تاریخ و دیپلماسی مذهبی (Lenczowski, 2008).

¹ The Prestige Gift

² Cultural Information

³ Dialogue and Collaboration

⁴ Capacity Building

دیپلماسی فرهنگی فرانسه

منتقد و روزنامه‌نگار آمریکایی، دونالد موریسون، معتقد است که «در هیچ کشوری به اندازه فرانسه فرهنگ جدی گرفته نمی‌شود». بنا بر گفته‌های وی فرانسوی‌ها یارانه‌های فراوانی به بخش فرهنگی (محصولات و فعالیت‌های فرهنگی) اختصاص می‌دهند؛ با انواع کمک‌های مالی و کاهش مالیات از فرهنگ پاسداری می‌کنند؛ رسانه‌ها توجه خاصی به فرهنگ دارند و هر شهری، با هر میزان مساحت، برای خود جشنواره سالانه‌ای در یکی از حوزه‌های تئاتر یا موسیقی دارد (Morrison, Bessières, & Compagnon, 2008؛ شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲).

دیپلماسی فرهنگی از عناصر اصلی و مهم سیاست خارجی فرانسه محسوب می‌شود. فرانسه در حوزه دیپلماسی فرهنگی، یا به بیانی روشن‌تر، استفاده از فرهنگ برای پیش‌برد اهداف سیاسی و اقتصادی خود در خارج، از کشورهای پیشرو محسوب می‌شود و در واقع از معدود کشورهایی است که خیلی زود از دیپلماسی فرهنگی در حوزه سیاست خارجی بهره جسته است (Young, 2004؛ شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲). از نگاه دولت‌مردان فرانسوی، روابط فرهنگی از مهم‌ترین ابزارهای گفت‌وگو به شمار می‌رود. اما تنها پیش‌برد مقاصد سیاسی و اقتصادی نیست که فرانسه را به بهره‌برداری از سیاست‌های فرهنگی سوق داده، بلکه این کشور از دیرباز در پی هدفی مهم‌تر و در معنایی والاتر بوده است؛ این که در نظر جهانیان پرشکوه جلوه کند، به این معناست که فرانسه می‌کوشد با نمایش فرهنگ و هنر خود در جهان، عظمت و اقتدار گذشته خود را یادآوری کند و به همین دلیل است که بر زبان و ادبیات و هنر بیش از هر ابزار و کالای دیگری در روابط فرهنگی خود تأکید دارد (شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲). لوئی چهاردهم نخستین کسی بود که نظام‌های حمایتی و البته نظارتی بر هنر و هنرمندان را در فرانسه بنیان نهاد و مبدع آن چیزی شد که همچنان از اصول مهم سیاست فرهنگی این کشور اروپایی به شمار می‌رود؛ مسنا^۱ یا دولت‌مداری در عرصه فرهنگ (ایوبی، ۱۳۸۸). در حوزه سیاست خارجی، فرانسه از سده شانزدهم در مباحثات فرهنگی و هنری جهان شرکت داشت و دوره تأثیرگذاری خود را آغاز کرده بود. در قرن هفدهم، پادشاهان وقت، سفرای فرهنگی خود را به سایر نقاط جهان گسیل می‌داشتند و به‌ویژه در نیمه دوم این سده، فرانسه نه تنها با نیروی نظامی که با هنر و ادبیات خود بر اروپا مستولی شد (Riviere, 1995؛ شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲). در دوره استعمار رسمی، یعنی از اوایل قرن نوزدهم تا نیمه نخست قرن بیستم، این کشور بیشترین نفوذ فرهنگی را در جهان داشت. اما از اوایل جمهوری پنجم، یعنی از سال‌های پایانی دهه ۵۰ میلادی، به دنبال استقلال‌طلبی مستعمره‌ها، این تأثیر رو به افول گذاشت و به همین دلیل هم دوگل مشهورترین چهره فرهنگی و هنری خود، آندره مالرو را به مقام وزارت امور فرهنگی منصوب کرد. در واقع، در همان زمان و پس از این احساس غم‌بار افول فرهنگی بود که توسعه همه‌جانبه و گسترده شبکه

¹ Mécénat

فرهنگی فرانسه در خارج از مرزها شدت و قوت گرفت (Fumaroli, 1992؛ شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲).

از جمله کشورهایی که در حوزه سیاست خارجی و به خصوص صادرات فرهنگی مورد توجه سیاستمداران فرانسوی قرار گرفته اند کشورهای آفریقایی هستند. دومینیک دوویلپن^۱، معاون وزیر امور خارجه در سال ۲۰۰۳ می‌گوید: "آفریقا فرصتی واقعی برای فرانسه است. چنین نگاهی، افق فکری و آرزوهای ما را در صحنه بین‌المللی گسترش می‌دهد و این طرز تفکر درست در زمینه دیپلماتیک، اقتصادی و فرهنگی است." (Touati, 2007, p. 1). در پایان جنگ جهانی دوم، امپراتوری مستعمراتی فرانسه یکی از دلایلی بود که فرانسه توانست مدعی یک صدلی دائمی در شورای امنیت سازمان ملل متحد^۲ باشد. با استقلال کشورهای آفریقایی، این موقعیت می‌توانست تهدید شود؛ در نتیجه فرانسه یک استراتژی جدید هژمونیک را در قبال مستعمره‌های سابق خود اتخاذ کرد. در زمان تقسیم رسمی در سال ۱۹۶۰ م، ژنرال دوگل بسته‌ای که فرانسه را به کشورهای جدید متصل می‌کرد، پیشنهاد و به طریقی تحمیل کرد؛ به این شکل که رژیم‌های تازه‌تأسیس آفریقا تحت حفاظت پاریس قرار بگیرند. یعنی فرانسه کمک‌های فنی، نظامی و مالی را ارائه دهد؛ در عوض کشورهایی که از این مزایا برخوردار می‌شوند، از سیاست‌های بین‌المللی فرانسه حمایت کنند. مفهوم اشتراک قدرت^۳ یا "هم‌زیستی"^۴ مفهومی است که در سال ۱۹۸۶ م. به وجود آمد و به‌عنوان پدیده سیاسی مکرر و متناوب در فرانسه به شمار می‌رود (Touati, 2007, p. 1).

رابطه تاریخی فرانسه با آفریقا می‌تواند به طیفی از انگیزه‌ها مربوط شود:

۱. سیاسی^۵: حضور نظامی فرانسه با این هدف بود که متحدان سابق استعماری خود را در آفریقا از ناآرامی‌های داخلی حفاظت و از گسترش کمونیسم در محیط جنگ سرد ممانعت کند. از لحاظ تاریخی، متحدان فرانسوی حضور کشور قدرتمندی را به‌عنوان بخشی از استراتژی ضد شوروی پذیرفتند.
۲. اقتصادی^۶: کشورهای آفریقایی در حوزه نفوذ فرانسوی منابعی غنی از مواد خام مانند نفت و مواد معدنی برای تأمین زیرساخت‌های فرانسه را دارند. این رابطه ویژه به این معنی است که شرکت‌های چندملیتی فرانسوی دارای قدرت ویژه در بخش‌هایی نظیر خدمات، تدارکات و سایر موارد، از جمله دسترسی امن به مواد اولیه استراتژیک هستند.
۳. دیپلماتیک^۷: حفظ روابط قوی با کشورهای آفریقایی به حفظ تصویر جهانی فرانسه و موقعیت آن به عنوان یک قدرت بزرگ بین‌المللی کمک می‌کند. شبکه کشورهای متحد آفریقایی منبع

¹ Dominique de Villepin
² Nations Security Council
³ Power-sharing
⁴ Cohabitation
⁵ Political
⁶ Economic
⁷ Diplomatic

حمایتی از اخذ رأی فرانسه در سازمان ملل متحد (UN) و همچنین دیگر مذاکرات بین المللی در مورد مسائل جهانی منافع فراهم می‌کند.

از دهه ۱۹۹۰ م. یعنی در دوران پساجنگ سرد، سیاست فرانسه نسبت به آفریقا به سوی مسئولیت و حضور فیزیکی کمتر تغییر کرده است (Simmons, 2014)، در ادامه این مقاله با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و رویکردی تاریخی به تلاش‌های فرانسه در زمینه ترویج فرهنگ فرانسوی از طریق کتاب و کتابخانه در میان کشورهای آفریقایی فرانسه‌زبان در دوران جنگ سرد پرداخته می‌شود و در بخش بعدی نهادها و کارگزاران دیپلماسی فرهنگی و راهبردهای اجرایی و کارکردهای مراکز و شبکه فرهنگی فرانسه در بافت سازمانی وزارت امور خارجه و امور اروپایی^۱ و وزارت فرهنگ و ارتباطات فرانسه^۲ مورد بررسی قرار می‌گیرد.

دیپلماسی فرهنگی فرانسه در کشورهای فرانسوی‌زبان قاره آفریقا

در طول دوره جنگ سرد، بریتانیا، فرانسه و ایالات متحده راهبردهای مشابهی را در تلاش‌های فرهنگی معطوف به آفریقای فرانسه‌زبان اعمال می‌کردند. هر سه کشور از آموزش زبان و ایجاد مراکز فرهنگی به همراه کتابخانه‌هایی که منعکس‌کننده میراث ملی آن‌ها بود حمایت می‌کردند، اما اولییتی که هر کشور به این فعالیت‌ها می‌داد، نتیجه ایدئولوژی‌هایی بود که پایه و اساس دیپلماسی فرهنگی آن را فراهم می‌آورد.

اهداء کتاب^۳، برنامه‌های ترجمه و نشر^۴ و ایجاد کتابخانه‌های مرکز فرهنگی، همه‌ی ابزارهایی بودند که از طریق آن‌ها، دولت‌های خارجی در طول دوران جنگ سرد برای اثرگذاری بر نخبگان آفریقایی پی‌گیری می‌کردند. به دلیل ارتباطات اقتصادی و سیاسی نزدیک با فرانسه، کشورهای فرانسه‌زبان در آفریقا حقیقتاً در حاشیه مبارزات ایدئولوژیک بین ایالات متحده و اتحاد جماهیر شوروی بودند. با این وجود، این منطقه توجه چندین سفارت‌خانه خارجی را جلب کرد که کتاب‌ها را به‌عنوان عنصر مهم دیپلماسی فرهنگی خود در نظر گرفتند. دیپلماسی فرهنگی در این‌جا به‌عنوان جنبه‌ای از دیپلماسی تعریف می‌شود که شامل تلاش دولت برای انتقال فرهنگ ملی به مردم خارجی با هدف ایجاد آرمان‌ها و نهادهای ملی به‌عنوان بخشی از تلاش‌های بزرگ‌تر برای حمایت از اهداف سیاسی و اقتصادی است. اگرچه تمرکز اصلی این بخش بر فعالیت‌های حمایتی مستقیم دولت است، توجه بیشتری به سازمان‌هایی مانند آلیانس فرانسه^۵ نیز می‌شود که در کنار درآمد حاصل از کلاس‌های زبان، وجوه عمومی و خصوصی هم دریافت کرده‌اند.

درحالی‌که رهبران سیاسی شهری و کارکنانی که درگیر دیپلماسی فرهنگی بودند انتظارات و اهداف خاصی از این فعالیت‌ها داشتند، اجرای دیپلماسی فرهنگی همیشه توسط کارکنانی که در خارج از

¹ Ministry of Foreign and European Affairs

² France's Ministry of Culture and Communication

³ Book Donation

⁴ Translation and Publishing Programs

⁵ L'Alliance Francaise

کشور کار می‌کردند، به‌طور کامل درک و به اشتراک گذاشته نمی‌شد. حتی وقتی کسانی که در این زمینه - متخصصان فرهنگی، افسران اطلاعات و کتابداران - متعهد به پیروی از دستورالعمل‌های دولت محلی خود بودند، نتیجه واقعی تلاش‌های آن‌ها به دلیل عدم درک یکسان از این مقوله، ممکن بود به‌شدت متفاوت باشد از آنچه انتظار داشتند. این موضوع به‌ویژه در مورد هر مبادله فرهنگی شامل کتاب‌ها و کتابخانه‌ها صادق است (Maack, 2001; Pauchet, 1995).

از آن‌جا که سنجش و مستندسازی تأثیرات فکری و فرهنگی توزیع کتاب و استفاده از کتابخانه دشوار و تقریباً غیرممکن است، این مبحث، بر اهداف ایدئولوژیک فرانسه، لفاظی استفاده‌شده در کشور و خارج از کشور برای توجیه سرمایه‌گذاری ملی در دیپلماسی فرهنگی و استعاره‌ها برای توصیف اهداف این کار تمرکز می‌کند.

بخش اول، مرور تاریخی مختصری به سازمان‌هایی نظیر مؤسسه آلیانس و رویکردهای کتاب‌محور آن‌ها دارد. بخش دوم تلاش‌های این سازمان‌ها را در آفریقای فرانسه‌زبان از دوره قبل از استقلال تا پایان جنگ سرد توصیف می‌کند.

بخش اول: سابقه و تاریخچه اولیه

آلیانس فرانسه

قدیمی‌ترین و شناخته‌شده‌ترین سازمان برای انتشار زبان و فرهنگ فرانسوی، مؤسسه آلیانس فرانسه است، یک انجمن خصوصی که در سال ۱۸۸۳ در پاریس با هدف ترویج و تبلیغ زبان فرانسوی در مستعمره‌ها و خارج از کشور بنا نهاده شد (Maack, 2001; Tétu, 1988). تأسیس این مرکز به‌ویژه در سال‌های پس از شکست فرانسه در مقابل پروس در سال ۱۸۷۰ م. با هدف بازسازی شوکت و تأثیر فرانسه در خارج و گسترش فلسفه روشن‌گری در امپراتوری بزرگ استعماری این کشور که به‌تدریج شکل می‌گرفت، صورت پذیرفت (شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲). فیلیپ گریفیت^۱، دبیر اجرایی انجمن، به مناسبت صدمین سالگرد تأسیس آلیانس فرانسه، هدف اصلی بنیان‌گذاران را تلاش برای نجات فرهنگ فرانسوی از طریق گسترش زبان فرانسوی بیان کرد (Greffet, 1983; Maack, 2001). آلیانس‌ها از مهم‌ترین مراکز فرهنگی فرانسوی در خارج محسوب می‌شوند. این مراکز، مطابق با قوانین کشوری که در آن هستند، کار می‌کنند اما به آلیانس پاریس وابسته‌اند. نخستین شعبه این مؤسسه در سال ۱۸۸۴ م. در بارسلونای اسپانیا ایجاد شد. آلیانس در همان سال در سنگال و موریتانی نیز فعالیت خود را آغاز کرد. با تلاش گروهی از دوست‌داران، شعبه آلیانس در مکزیکو نیز گشایش یافت و تا به امروز در آمریکای لاتین جایگاه والایی برخوردار است. در سال ۱۸۸۶ م. دولت فرانسه مؤسسه آلیانس را به رسمیت شناخت. با تأسیس این مؤسسه در هند که در سال ۱۸۸۹ صورت پذیرفت، افق جدیدی برای فعالیت در کشورهای آسیایی به روی این مؤسسه گشوده شد. بارسلونا اولین شهر اروپایی است که آلیانس در آن افتتاح شد. از آن به بعد شبکه اسپانیایی به‌سرعت گسترش یافت. در سال ۱۸۹۰ م. شعبه آلیانس در استرالیا نیز گشایش یافت و پس از آن در

¹ Philip Greffet

سال ۱۹۰۲ م. دانشگاه مک گیل در مونترال شعبه‌ای از این مؤسسه را گشود و یک فدراسیون از آلیانس‌های فرانسه در ایالت متحده آمریکا آغاز به کار کرد.

مرکز آموزشی آلیانس در پاریس با عنوان پاریس آلیانس در سال ۱۹۱۹ م. تأسیس شد که بعدها در سال ۱۹۵۲ م. به عنوان مدرسه بین‌المللی زبان و تمدن فرانسه تغییر نام داد. تا سال ۱۹۸۰ م. آلیانس در ۸۰ کشور فعالیت می‌کرد. این مؤسسه در سال ۲۰۰۱ م. یک قرارداد جدید همکاری با وزارت خارجه فرانسه منعقد کرد و همگام با تحولات فن‌آوری‌های ارتباطات و اطلاعات یک شبکه آموزش از راه دور را بر روی پایگاه اینترنتی خود ایجاد کرد. در این سال تعداد انجمن‌های آلیانس به ۱۰۷۲ شعبه در ۱۳۰ کشور رسید (ملکی، ۱۳۸۶).

در طول دهه ۱۸۸۰ م.، آلیانس با ثبت نام هواداران معروف و شناخته‌شده‌ای مانند لویی پاستور^۱ و ژنرال لوئیس لئون فیدربره^۲، فرماندار سابق سنگال، و همچنین دیپلمات‌ها، سیاست‌مداران، رهبران مذهبی و بسیاری از نویسندگان برجسته و چندین عضو دانشگاهی فرانسه به سرعت گسترش یافت. بنیان‌گذاران آلیانس علاوه بر طرفداری از این مأموریت مدنی، همچنین معتقد بودند که گسترش زبان، ابزاری ملموس برای بازگرداندن قدرت و اعتبار فرانسه در خارج از کشور از طریق تبلیغ زبان فرانسوی در "نبرد [برای هژمونی] در میان دیگر زبان‌های جهان" است (Maack, 2001; Peroncel-^۳ Hugo, 1983). اهمیت تاریخی این مبارزه برای گسترش زبان‌شناختی با موفقیت قابل توجه یکی از اولین شعبه‌های آفریقایی آلیانس که ۱۵۰ عضو در جزیره انگلیسی موریتیوس^۳ در سال ۱۸۸۴ استخدام کرده بود نشان داده شد.

اگرچه آلیانس یک انجمن خصوصی و غیرانتفاعی بود، به‌زودی شروع به دریافت انواع مختلف کمک‌های دولتی کرد و در سال ۱۹۰۰ م. وزارت امور خارجه بخش ویژه‌ای را برای تأمین بودجه برای مدارس و سازمان‌های فرانسوی در خارج از کشور مقرر کرد (Deibel & Roberts, 1976; Maack, 2001). در سال ۱۹۳۳ م. یک مقام سفارت بریتانیا در پاریس اظهار داشت که آلیانس با بودجه تقریباً شش میلیون فرانک در سال، از سه وزارتخانه (امور خارجه، آموزش و پرورش ملی و مستعمرات) و همچنین دریافت منابع مالی کمتری از دولت‌های محلی به ابزار قدرت‌مند تبلیغاتی^۴ فرهنگی تبدیل شد (Maack, 2001; Donaldson, 1984). اگر چه کار اصلی این مؤسسه تمرکز بر آموزش زبان است، اما مراکز بزرگ‌تر در خارج از کشور اغلب کتابخانه‌های کوچکی را ایجاد و از خواندن شعر، نمایش‌های تئاتری و سایر رویدادهای فرهنگی حمایت می‌کردند. درحالی‌که کتاب‌ها در حمایت از این رویدادهای فرهنگی مهم بودند، کتابخانه‌ها معمولاً راه‌اندازی و توسط داوطلبان نگهداری می‌شدند.

¹ Louis Pasteur

² Gen. Louis Leon Faidherbe

³ Mauritius

⁴ Powerful instrument of cultural propaganda

آلیانس فرانسه به مدت بیش از یک قرن با یک برنامه بلندپروازانه به گسترش زبان و فرهنگ فرانسوی در فراسوی مرزهای فرانسه اشتغال داشته و توانسته است شبکه‌ای از انجمن‌های آلیانس را در سراسر جهان ایجاد نماید. عمر بسیار طولانی و فعال این مؤسسه تا حد زیادی نتیجه پیوند محکمی است که با شهروندان، حامیان کشور میزبان و دولت فرانسه برقرار کرده است (ملکی، ۱۳۸۶). در بخش بعدی تلاش‌های این مؤسسه در تأسیس و راه‌اندازی کتابخانه‌های دائمی و بهره‌برداری از کتب فرانسوی در آفریقا تشریح می‌شود.

مراکز فرهنگی فرانسه: تلاش انسان‌دوستانه

برخلاف هم‌تایان آمریکایی و بریتانیایی، رهبران فرانسوی در بالاترین سطوح حکومت نیز از حمایت از تلاش‌های عمومی و خصوصی برای گسترش زبان و فرهنگ فرانسه دریغ نکردند. در میان رؤسای آلیانس این افراد دیده می‌شوند: ویکتور دوروی^۱، مورخ و وزیر سابق آموزش عمومی؛ ریموند پوینکر^۲، رئیس جمهور سابق که در دهه‌های ۱۹۲۰ م. و ۱۹۳۰ م. دو بار با مؤسسه کار کرد و ژنرال شارل دوگل^۳، در دورانی که مدیران اصلی پس از سقوط فرانسه به لندن نقل مکان کردند موافقت کرد رئیس افتخاری هیأت مدیره آن‌جا باشد. در طول سال‌های سخت یعنی از سال ۱۹۳۷ م. تا ۱۹۴۹ م.، آلیانس با توانایی یک نویسنده به نام جورج دوهمال^۴ هدایت شد، که با تنظیم اصول حرفه‌ای سه‌گانه انجمن اعتبار بیشتری یافت، این اصول عبارتند از:

۱. عشق به زبان زیبا نه فقط یک زبان دانشگاهی مبتنی بر بنیادگرایی (لفظ قلم‌نویسی) قدیم و غیرمرسوم بلکه یک زبان که روشن و واضح، پرجنب‌وجوش و دقیق است - به همین دلیل است که آموزش و پرورش اولویت اولویت‌ها باقی می‌ماند.

۲. احترام به تمدن. نه تنها تمدن فرانسوی بلکه تمدن‌های گوناگون. به همین ترتیب [که آلیانس فرانسه] می‌تواند گفت‌وگوی بین فرهنگ‌ها را انجام دهد.

۳. ... آیین دوستی بین‌المللی [و روحیه هم‌زیستی فکری و اعتقادی] (Bellescize, 1986; Maack, 2001).

در رهبری آلیانس برای پذیرش آرمان تکثرگرایی^۵ و هم‌زیستی فکری، همان فلسفه دوهمال یعنی جریان‌های نوین مهم به اشتراک گذاشته شده توسط برخی روشنفکران لیبرال فرانسوی و افسران استعمار نشان می‌دهد که برخی از آن‌ها با گروهی پویا از نویسندگان سیاه‌پوست در پاریس در ارتباط بودند. از جمله این افراد امه سزار^۶؛ شاعر، نویسنده و فعال سیاسی و لئوپولد سدار سن‌گور^۷؛ شاعر، نظریه‌پرداز فرهنگی و رئیس جمهور سنگال بودند.

¹ Victor Duruy

² Raymond Poincare

³ Gen. Charles de Gaulle

⁴ Georges Duhamel

⁵ Pluralism

⁶ Aime Cesaire

⁷ Leopold Sedar Senghor

در اواخر دهه ۱۹۳۰ م، در زمانی که سنگور و همکارانش برای اولین بار نوشته‌های خود را در پاریس منتشر می‌کردند، دیدگاهی جدید از فرهنگ فرانسوی-آفریقایی^۱ در میان رهبران مستعمرات فرانسوی در آفریقا در حال ظهور بود. یکی از طرفداران اصلی این دکتترین جدید، ژول بروی^۲، فرماندار آفریقای غربی فرانسه^۳ بود که در سال ۱۹۳۶ م. نوشت: "اگرچه ممکن است تحت فشار قراردادان برای تغییر اقتصادی ضروری باشد ... اما [اولین] مأموریت ما در آفریقا، ایجاد نوزایی فرهنگی^۴ است، بخشی از یک کار خلاقانه در حوزه انسانی، یعنی ارتباط دو نژاد (Maack, 2001). آلبرت چارتون^۵، که بعدها بازرس کل آموزش و پرورش در آفریقای غربی فرانسه بود، ایده‌های بروی را به اشتراک گذاشت و برای بازتعریف مأموریت آموزشی فرانسه به‌عنوان ترکیب دو تمدن آفریقایی و فرانسوی تلاش کرد. چارتون، متقاعد شده بود که تمدن فرانسه هم برتر و هم کاربست‌پذیر در سطح جهانی بود، با این وجود اذعان می‌کرد که "مردم آفریقا به فرانسه گستره‌ای بسیار عظیم برای تحقیق و غنی‌سازی فرهنگ فرانسه عرضه می‌دارند" (Maack, 2001; Mumford & Orde-Browne, 1970).

در طول این سال‌ها، مأموریت‌های متعدد قوم‌نگاری و علمی به آفریقا وجود داشت و به تدریج بیشتر موضوعات آفریقایی به برنامه‌های درسی در آفریقای غربی فرانسه اضافه شدند، درحالی‌که مدارس ابتدایی و متوسطه قبلاً برنامه درسی استفاده‌شده در فرانسه را تکرار می‌کردند. در توجیه این رویکرد جدید به مستعمرات، چارتون در سخنرانی سال ۱۹۳۶ م. در مورد نقش آموزشی فرانسه در آفریقا به‌روشنی دکتترین جدید را به‌عنوان "اتحاد اخلاقی"^۶ به جای "تسخیر اخلاقی"^۷ بیان کرد. چارتون پس از اشاره به سخنان شاعر پل والر^۸ "ما تمدن‌های دیگر می‌دانیم که فانی هستیم." این‌گونه اظهار کرد: "استعمار در صورتی که سلطه و استثمار را متوقف کند اما به نفع فرهنگ، تأثیرگذاری و آموزش گسترش یابد ... در این استعمار، تلاش انسانی و هم‌بستگی عمیق میان دو ملت وجود دارد." (Maack, 2001).

اگر چه نظام مدرسه‌ای فرانسه به تعداد بسیار کمی از کودکان آفریقایی نسبت به قبل از جنگ جهانی دوم رسید با این حال، فرانسه موفق به آموزش نخبگان کوچکی شد که وابستگی عمیقی به

¹ Franco-African

² Jules Brevie

³ French West Africa = Afrique Occidentale Francaise (AOF)

فدراسیونی از مستعمرات فرانسه در آفریقا، در برگیرنده موریتانی، سنگال، سودان فرانسه، گینه فرانسه، ساحل عاج، ولتای علیا، دائومی و نیجر بود. این فدراسیون از ۱۸۹۵ تا ۱۹۶۰ میلادی پایدار بود. پایتخت آفریقای غربی فرانسه شهر داکار بود.

⁴ Cultural Renaissance

⁵ Albert Charton

⁶ Moral alliance

⁷ Mora conquest

⁸ Paul Valery

فرهنگ فرانسوی داشتند. زمانی که آلیانس فرانسه کار خود را در آفریقا گسترش می‌داد، اعضای آن شامل رهبران آینده آفریقایی بودند که ارزش خواندن و ارتقاء دانش خود را از فرانسه می‌دانستند. این دوره همچنین اولین تلاش‌های آلیانس را برای حفظ و نگهداری کتابخانه‌های دائمی در آفریقا نشان می‌داد. در سال ۱۹۴۸ م. شعبه وابسته به داکار کتابخانه‌ای ایجاد کرد که طی یک دهه تا ۸،۵۰۰ جلد کتاب رشد کرد. با وجود این که این مجموعه فقط محدود به استفاده اعضای آلیانس بود که مجبور بودند هزینه‌ای برای استفاده از آن بپردازند، با این حال بهترین مجموعه عمومی موجود در شهر بود که هیچ کتابخانه‌ای در آن وجود نداشت. در آستانه استقلال تقاضای قابل توجهی برای کتاب‌ها برای پاسخ‌گویی به نیازهای گروه‌های مطالعاتی مانند سازمان‌های جوانان، انجمن‌های فرهنگی و اتحادیه‌های مربوط به آموزش کارگران وجود داشت. آمادو ماتار امبو^۱، استاد جوان و فعال سیاسی، علی‌رغم هزینه بالای کتاب، سیاست‌مداران آفریقایی، روشنفکران و رهبران کارگری را فراخواند تا کتابخانه‌های شخصی کوچک را که کتاب‌های آنها دست به دست منتقل می‌شد، گردآوری کنند (Maack, 1981, p. 151).

با وجود این که مرحله گذار به استقلال در میان مستعمرات آفریقایی غربی فرانسه با آرامش و کم‌ترین رنجشی صورت گرفت، دولت فرانسه تحت رهبری شارل دوگل بلافاصله اقدام به ترویج مداوم پیوندهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی میان کشورهای جدید و فرانسه نمود. دوگل بعدها، در خاطرات خود به کمک‌های حمایتی به کشورهای آفریقایی فرانسه‌زبان آفریقا اشاره و این‌گونه بیان کرد "پس آن‌ها به زبان ما صحبت می‌کنند و فرهنگ ما را به اشتراک می‌گذارند". این رویکرد همان دیدگاه نخست‌وزیر ژرژ پمپیدو^۲ بود که در ۱۹۶۴ م. در مورد بحث درباره کمک به مجلس ملی گفت: "از همه کشورها، فرانسه بیشترین اهمیت را به صادرات زبان و فرهنگ خود می‌دهد. این مشخصه برای ما واقعاً خاص است ... این نیاز به اندیشه ما و شاید به استعداد ما باشد. همکاری ما بدون شک جهت‌یابی می‌شود و به طرف معینی حرکت خواهد کرد و نهایتاً باید به سوی گسترش زبان و فرهنگ ما باشد" (Cohen, 1971; Maack, 2001).

به‌منظور تشویق انتشار زبان و اندیشه فرانسوی، سفارت‌خانه‌های فرانسوی، مراکز فرهنگی در آفریقایی نواحی گرمسیری (استوایی) را ایجاد کردند که آغاز به کار این مراکز از سال ۱۹۵۹ م. یعنی زمانی است که اولین مرکز توسط مقامات ارشد فرانسوی و آفریقایی در داکار افتتاح شد. ظرف یک دهه، ۱۸ مرکز، ۱۴ مورد در پایتخت‌های ملی و ۴ مرکز دیگر در شهرهای مهم مانند سنت لوئیس^۳ در سنگال و بندر دوالا^۴ در کامرون تأسیس شد. هدف کلی مراکز فرهنگی فرانسوی این بود که تصویری پویا^۵ و خلاق از فرانسه را با ارائه جنبه‌های گوناگون از فرهنگ خود مانند سینما، تئاتر و هنر و

¹ Amadou Mahtar M'bow

² Georges Pompidou

³ Saint-Louis

⁴ Douala

⁵ Dynamic, creative image

همچنین کتاب‌ها نشان دهد. اگرچه اولین مراکز فرهنگی عموماً در محل‌های اجاره‌ای دایر شده بود، در دهه ۱۹۶۰ م. اغلب به ساختمان‌هایی که یا بازسازی شده یا به‌خصوص برای فعالیت‌های آن‌ها طراحی شده بود، منتقل شدند. تسهیلات شامل یک کتابخانه می‌شد که معمولاً دارای دو اتاق خواندن بزرگ یکی برای کودکان و دیگری برای بزرگسالان بود، به‌علاوه مراکز با تالارهای نمایشگاهی، اتاق‌های سخنرانی و سالن‌های تئاتر مجهز به وسایل نمایش طراحی می‌شدند. اگرچه برخی از مراکز دارای ساختار مدرن چشمگیر بودند، اما یک سند رسمی تأکید کرد که "این مراکز به‌عنوان قلعه دفاعی در نظر گرفته نمی‌شد، بلکه به‌عنوان مکان‌هایی برای تبادل و برخورد آزادانه و دسترسی به بیشترین تعداد افراد و منابع بود." (Maack, 2001).

هرچند که تقاضای رو به رشد کتاب‌ها در سال‌های اولیه استقلال وجود داشت، اما یکی از نویسندگان به «دوره بی‌اعتمادی» اشاره کرده است که پیش از آن‌که کتابخانه‌های مرکز فرهنگی فرانسوی توسط خوانندگان آفریقایی پذیرفته شوند وجود داشته است. با این حال، محبوبیت آن‌ها به‌زودی آشکار شد، و مصاحبه‌های انجام شده در مرکز تبادلات فرهنگی زبان فرانسه در داکار در سال ۱۹۶۳ م. نشان داد که اکثر خوانندگان بازدید ویژه‌ای به کتابخانه انجام دادند و برخی از آن‌ها به مدت یک ساعت حتی حضور داشته‌اند. محققان نتیجه گرفتند که در داکار، تعداد مردم کتاب‌خوان از لحاظ عددی بسیار کم اما از لحاظ انگیزه و اشتیاق بسیار زیاد بود. در آن زمان ۱۱۰۰۰ نفر از کاربران کتابخانه ثبت نام کرده بودند که از این تعداد، ۳۰ درصد از خوانندگان بالغ حضور داشتند و در میان کودکان نیز این عدد به ۸۰ درصد می‌رسید (Maack, 2001). ده سال بعد، یک نظرسنجی از خوانندگان منظم نشان داد که آفریقایی‌ها کمی بیش از یک چهارم خوانندگان بزرگسال را تشکیل می‌دهند، اما چهارپنجم از کاربران را نوجوانان و ۸۷ درصد را کودکان زیر ۱۵ سال شامل می‌شوند (Maack, 2001, 1981). همانند داکار، دیگر کتابخانه‌های مرکز فرهنگی به دلیل حضور اروپایی‌های متعدد و همچنین سایر خارجی‌هایی که در سازمان‌های بین‌المللی، شرکت‌های چندملیتی یا سفارتخانه‌ها کار می‌کردند و در شهرهای بزرگ و بین‌المللی مستقر می‌شدند خوانندگان غیرآفریقایی داشتند. با این حال، مراکز فرهنگی فرانسوی در شهرهایی با تعداد کم از خارجی‌ها مشکل کمتری در جذب خوانندگان مشتاق، به‌خصوص در میان جوانان داشته‌اند. لازم به ذکر است زنان آفریقایی در میان کاربران کتابخانه به‌خوبی نمایان نشدند و در هر دو شهر برازاویل^۱ و داکار بین ۱۶ تا ۱۷ درصد از ثبت‌نام‌کنندگان بالغ را تشکیل می‌دادند.

کتابخانه‌های مرکز فرهنگی در آفریقا با مأموریتی دوگانه به‌منظور دسترسی به کتاب‌های فرانسوی در همه موضوعات و نیز تشویق نویسندگان آفریقایی برای تولید آثار ادبی در فرانسه ایجاد می‌شدند. کارکنان کتابخانه علاوه بر امانت کتاب‌ها برای استفاده در منزل، حلقه‌های مطالعاتی را هم برای تشویق به نوشتن اصلی و هم برای بحث درباره نویسندگان فرانسوی و آفریقایی سازماندهی کردند. جوایزی

¹ Brazzaville

به نویسندگان جوان آفریقایی ارائه و آثار برنده جایزه توسط دفتر (اداره) کتاب^۱، دفتر مستقر در وزارت همکاری فرانسه^۲، منتشر می‌شد. اگرچه کار اصلی این دفتر توزیع کتاب‌ها به مؤسسات بود، اما یک باشگاه کتاب را نیز برای خوانندگان آفریقایی به نام "باشگاه خوانندگان اصطلاح فرانسوی"^۳ یا CLEF که به اختصار به معنی «کلید» در فرانسه بود، اداره می‌کرد. در سال ۱۹۶۹م. کارکنان CLEF در پاریس، انتشار "کتاب‌فروشی ما"^۴، نشریه مختص به ادبیات آفریقایی، به همراه کتاب‌شناسی، مصاحبه با نویسنده و تجزیه و تحلیل ادبی را آغاز کرد.

کتابداران مراکز فرهنگی در آفریقا و کارکنانی که در فرانسه کار می‌کردند، آگاه بودند که خوانندگان آفریقایی درخواست و نیاز به آثاری داشتند که با تجربیات خودشان در هم آمیخته و بازتولید شود. بنابراین، ترویج نویسندگی آفریقایی برای مدت زمان طولانی به‌عنوان عنصری مهم در ایجاد یک فرهنگ ملهم از فرانسه اما دارای ریشه در تجربه آفریقا در نظر گرفته می‌شد. یکی از افسران فرهنگی فرانسوی در سال ۱۹۶۹ نوشت: "در حال حاضر که در دوره روشنگری هستیم فرصت برای نفوذ روشنگری فرانسه با مجهز کردن جوامع دیگر با ابزارهای فرهنگی از طریق شکوفایی خودشان کنار هم قرار گرفته است. همکاری ما ... نوعی کمک به ایجاد یک فرهنگ جدید است، فرهنگی که مطمئناً به نفوذ و تأثیر ما مدیون خواهد بود، اما مسلماً و حقیقتاً آفریقایی است" (Maack, 2001). رجین فانتن^۵ از دفتر کتاب نیز بر ضرورت تشویق نگارش به زبان آفریقایی به‌منظور ایجاد کتابی برای بیان فرهنگ آفریقایی تأکید می‌کند (Fontaine, 1974; Maack, 2001). وی در رابطه با پیوند دادن خوانندگان و کتاب‌ها با هم، مشاهده کرد که همیشه خواندن با ارزش‌های فرهنگی پیشین در آفریقا آسان نیست. وی متوجه شد یک فعالیت خاموش و انفرادی مانند خواندن به‌طور ناچیزی با فرهنگی که تحت تأثیر بیان شفاهی و احساس جامعه است منطبق می‌شود. علاوه بر این، او خاطر نشان کرد که کتاب به‌عنوان یک شیء فرهنگی یعنی مجموعه‌ای از دانش متعلق به معلم، استاد و به‌طورکلی متعلق به استعمارگر^۶ در نظر گرفته می‌شود (Fontaine, 1974).

علی‌رغم برخی مفاهیم منفی، کتاب و خواندن، مانند بسیاری دیگر از واردات خارجی از سوی قشر خاص جوان و تحصیل کرده آفریقایی پذیرفته شده است. علاقه آن‌ها به خواندن به‌طور پیوسته از طریق موفقیت همه کتابخانه‌های مراکز فرهنگی نشان داده می‌شود، در سال ۱۹۶۹ م. گزارشی توسط دولت فرانسه منتشر شد که بیان می‌کرد میزان گردش کتاب در ۱۸ کتابخانه در بخش آفریقای فرانسه- زبان با شلوغ‌ترین کتابخانه‌های شهری در پاریس قابل مقایسه بود. اگرچه تعداد کتابخانه‌های مرکزی تا سال ۱۹۷۳ م. به ۲۵ باب افزایش یافت، اما بودجه آن‌ها از دهه ۱۹۷۰ راکد باقی ماند. باین‌حال، در

¹ Bureau du Livre

² French Ministry of Cooperation

³ Club des Lecteurs d'Expression Francaise

⁴ Notre Librairie

⁵ Regine Fontaine

⁶ Colonizer

بررسی کار این مراکز، فانی لالندی اسنارد^۱ اشاره کرد که ماهیت و گستردگی خدمات، مجموعه‌ها و خوانندگان آن‌ها در طول سه‌دهه عملیات ثابت باقی ماند. در آن زمان از ۱۰،۰۰۰ تا ۴۰،۰۰۰ کتاب در این کتابخانه‌ها وجود داشت که همچنان در میان کودکان و نوجوانان آفریقایی محبوب باقی ماند (Maack, 2001).

تقریباً در تمام موارد، کتابخانه مراکز فرهنگی فرانسوی در ابتدا به‌عنوان یک کتابخانه عمومی جایگزین در شهرهایی که فاقد هر ساختار کتابخانه‌ای مناسب شهری بودند، خدمت‌رسانی می‌کردند. اگرچه تعدادی از این کتابخانه‌ها هنوز در نقش کتابخانه‌های عمومی عمل می‌کنند، اما این نقش هرگز به معنای نادیده انگاشتن کار اصلی آن‌ها نیست. برای اصلاح این وضعیت وزارت همکاری و توسعه فرانسه^۲ شروع به ارائه کمک به کشورهای آفریقایی برای همکاری در ایجاد سیستم‌های کتابخانه عمومی منطبق با نیازهای آن‌ها نمود. چنین پروژه‌ای اولین بار در مالی^۳ اد در سال ۱۹۷۸ م. آغاز شد، یعنی جایی که اولین نظام کتابخانه ملی عمومی به وجود آمد؛ این شبکه شامل این موارد بود: یک کتابخانه مرکزی و واحد اداری در باماکو^۴ و ۴۶ کتابخانه روستایی که هرکدام تحت نظارت کمیته میراث فرهنگی محلی اداره می‌شد و یک کتابخانه خط راه‌آهن^۵ که هر دو ماه یکبار در ۶ مرکز منطقه‌ای خط داکار-نیجر متوقف می‌شد (Maack, 2001). پس از آن، فرانسه سایر پروژه‌های کمک‌های مالی را برای راه‌اندازی نظام‌های کتابخانه عمومی در بنین^۶، توگو^۷، سنگال^۸، گینه^۹ و کامرون^{۱۰} سرمایه‌گذاری کرد. براساس قرارداد بین فرانسه و کامرون، فرانسه موافقت کرد که کتاب‌ها، نشریات، برخی از مبلمان و وسایل نقلیه و همچنین خدمات یک دستیار فنی را عرضه کند. (Maack, 2001).

علاوه بر حمایت از این پروژه‌های کمک مالی، دفتر کتاب همچنین صدها هزار کتاب را در سراسر بخش فرانسوی‌زبان آفریقا اهداء و توزیع کرده بود و تنها یک‌چهارم از این کتب به کتابخانه‌های مراکز فرهنگی فرانسوی ارسال شد. باقی کتاب‌ها توسط سفارتخانه‌های فرانسوی به مدارس، مراکز جوانان، کتابخانه‌های محلی، مراکز عمومی روستایی و دیگر سازمان‌ها ارائه شدند (Fontaine, 1974). فرانسه از این تلاش‌ها چه به دست آورده است؟ بعد از طرح لفظی این پرسش که آیا پول‌هایی که به این کار اختصاص داده‌شده به خوبی خرج شده است، یک افسر فرهنگی نتیجه گرفت که تعیین هزینه‌ها آسان است، اما بازگشت غیرقابل اندازه‌گیری است (Maack, 2001).

¹ Fanny Lalonde-Isnard

² Ministere Francais de la Cooperation et du Developpement

³ Mali

⁴ Bamako

⁵ Railway library (wagon-bibliotheque)

⁶ Benin

⁷ Togo

⁸ Senegal

⁹ Guinea

¹⁰ Cameroon

سیاست‌ها و راهبردهای اجرایی دیپلماسی کتاب جمهوری فرانسه

در میان ابزارهای مختلف فرهنگی برای جذب و نفوذ در کشورهای دیگر، کتاب از مهم‌ترین رسانه‌ها و ابزار در میان دولت‌مردان فرانسوی محسوب می‌شود. کتاب‌ها در فرانسه، صنعتی فرهنگی هستند که مخاطبان بین‌المللی را هدف قرار می‌دهند: ۱۸.۵٪ فروش ناشران فرانسوی در بازارهای خارجی حاصل می‌شود. (étrangères).

زاویه دارکاس^۱، رئیس انستیتو فرانسه^۲ درباره صنعت کتاب در فرانسه می‌گوید: «اینترنت ابزار فوق‌العاده‌ای برای دسترسی به دانش است، اما متن نوشتاری اساس دیپلماسی است. صنعت کتاب امروز از صنایع فرهنگی پیشرو فرانسه در زمینه صادرات می‌باشد و عملکرد ناشران نقش مهمی در نمایش فرهنگ فرانسوی در خارج از کشور دارد. ما دیگر ادبیات را در انزوا در نظر نمی‌گیریم. ادبیات دیگر فقط موضوعی ملی نیست و جهانی شده است. صنعت کتاب به ما اجازه می‌دهد که ایده‌ها را در سراسر جهان به اشتراک بگذاریم و این هم مأموریت انستیتو فرانسه و نمایندگان ما می‌باشد شبکه بین‌المللی ما توزیع کتاب‌های فرانسه را در سراسر جهان ترویج می‌کند. این فعالیت گاهی اوقات توسط یک شخص در یک سفارت‌خانه در خارج از کشور و گاهی اوقات توسط یک تیم از افراد صورت می‌گیرد. زبان فرانسوی دومین زبان بیشتر ترجمه‌شده پس از زبان انگلیسی است، بنابراین حمایت از ترجمه در مرکز فعالیت‌های ما قرار دارد.» (Darcos, 2014).

فرانکوفونی، مفهومی است که به مجموعه مردمانی که به زبان فرانسه صحبت می‌کنند و نیز سرزمین‌هایی که در آن‌جا به فرانسه صحبت می‌شود، اطلاق می‌گردد (Dupre, 2001؛ شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲). در نیمه دوم قرن بیستم و هم‌زمان با استقلال‌طلبی مستعمره‌ها، به گفته سنگور، فرانکوفونی ابزاری «جادویی» شد که فرانسه به وسیله آن روابط خود را این‌بار با تأکید بر مراودات فرهنگی و اقتصادی بازتعریف می‌کرد (Senghor, 1977؛ شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲). در واقع زبان فرانسوی زبان اصلی اتحادیه آفریقا است و در کشورهای مراکش، تونس، موریتانی و سنگال، زبان آموزش به شمار می‌رود. پس از آفریقا، اروپای مرکزی و شرقی بیشترین تعداد فرانسه‌زبان‌ها را در خود جای داده است. همان‌طور که ذکر شد این دیپلماسی متکی به زبان در انتهای قرن نوزدهم شکل گرفته است و مشتمل بر مراکز و مؤسسه‌های فرهنگی متعدد می‌شود. این شبکه فرهنگی گسترده، در خارج دو شاخه یا انشعاب مهم دارد: یک شاخه شامل آلیانس‌ها می‌شود و مفصل راجع به آن صحبت شد و شاخه دیگر مؤسسه‌ها و مراکز فرهنگی را دربرمی‌گیرد. (شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲) در واقع فرانسه دارای تعداد مشخصی از ساختارها با فعالیت‌های مکمل برای ارائه تسهیلات صادرات کتاب و ارتقاء سیستم توزیع آن‌ها در سراسر جهان است.

¹ Xavier Darcos

² Institut Français

در کنار شرکای بخش کتاب و شرکای نهادی مانند دفتر بین‌المللی انتشارات فرانسوی^۱ و انستیتو فرانسه، وزارت امور خارجه و امور اروپایی نیز در جهت ترفیع و گسترش ادبیات و تفکر فرانسه تلاش‌های هدف‌مندی انجام می‌دهند. (Rogard, 2008). در ادامه نهادها و کارگزاران حوزه دیپلماسی کتاب فرانسه و کارکردها، اهداف و وظایف آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرند.

نهادهای دخیل در عرصه دیپلماسی کتاب فرانسه:

۱- وزارت امور خارجه و امور اروپایی فرانسه:

به‌عنوان یکی از مراجع اصلی دیپلماسی فرهنگی اهداف ذیل را درباره صادرات ادبیات فرانسوی دنبال می‌کند:

- پشتیبانی از ناشران فرانسوی

وزارت امور خارجه در همکاری‌های نزدیک با دفتر بین‌المللی چاپ فرانسوی، در جهت تشویق و ترویج ناشران فرانسوی و همچنین کشورهای فرانسه‌زبان فعالیت می‌کند تا آن‌ها بتوانند در محیط بسیار رقابتی موجود، شتاب فزاینده خود را در صادرات حفظ کنند.

- دفاع از مدل فرهنگی فرانسوی

مدل فرهنگی فرانسوی وزن خاصی در ادبیات و نگارش با خود حمل می‌کند و به سبک ویژه‌ای با جهان پیوند دارد. وزارت‌خانه و شبکه فرهنگی و همکاری همچنین در حال نشر و دفاع از مواضع فرانسه درباره موضوعات حفاظت از حقوق مالکیت معنوی، تنوع فرهنگی^۲ و به‌اشتراک‌گذاری عایدات و درآمدها هستند.

- گسترش و نشر تخصص و خبرگی فرهنگی فرانسه در زمان تقاضای رو به رشد

مؤسسات فرهنگی عمده فرانسوی شامل کتابخانه ملی فرانسه^۳، آرشیو فرانسه^۴ و حتی مؤسسه ملی سمعی-بصری^۵ دوره‌های آموزشی ارائه می‌دهند و تخصص‌های ویژه را فراهم می‌کنند. در زمینه مهندسی فرهنگی، جشنواره‌ها و رویدادهای بزرگ ادبی می‌توانند به خارج صادر شوند.

- اجرای دیپلماسی ایده‌ها و دانش

سازمان‌ها و مؤسسات در تبادلات فکری تأثیر و نفوذ خود را اعمال می‌کنند و در نتیجه تقاضا برای فرهنگ و اندیشه فرانسوی افزایش می‌یابد. وزارت امور خارجه با ترجمه آثار نویسندگان و روشن-فکران و از طریق اجماع اذهان و پنداره‌ها تلاش می‌کند تا فرانسه بتواند نقش خود را در قلمرو بین‌الملل افکار و ایده‌ها به‌خوبی ایفا کند.

¹ Bureau International de l'Édition Française (BIEF)

² Cultural diversity

³ Bibliothèque Nationale de France

⁴ Archives de France

⁵ Institut National de l'Audiovisuel

وزارت امور خارجه، انستیتوی فرانسه یعنی آژانس فعال فرهنگی خارجی خود را که مسئول فعالیت‌ها و برنامه‌های خارجی است، موظف کرد تا کتب فرانسوی را برای صادرات نشر دهد. این اقدامات از طریق شبکه فرهنگی و همکاری وزارتخانه انجام می‌شود. در قلب این شبکه تعداد ۳۰ اداره تخصصی:

- به‌عنوان مراکز تخصصی و کانال‌های نفوذ برای همه ذی‌نفعان فرانسوی؛ در بخش عمومی و در بخش خصوصی، در صنعت کتاب و چاپ و در حوزه‌های ادبی و روشن‌فکری قرار دارند و انجام وظیفه می‌کنند؛

- به مشارکت‌کنندگان محلی (ناشران، مترجمان، فروشگاه‌های کتاب و غیره) مشاوره می‌دهند و از نظر مالی عملکرد آن‌ها را درخصوص ترجمه و انتشار کتب فرانسوی حمایت می‌کنند؛

- حضوری قوی از نویسندگان فرانسوی و ناشران در جلسات با خریداران بالقوه را تضمین و فراهم می‌کنند (جلساتی نظیر: جلسات تخصصی، جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و غیره) (étrangères).

۲- انستیتو فرانسه:

متصدی وزارت امور خارجه فرانسه و توسعه بین‌المللی برای فعالیت‌های فرهنگی خارج از کشور و شبکه فرهنگی فرانسوی در جهان است. این مؤسسه به مدت بیست‌وپنج سال، برنامه‌های کمک به انتشار کتاب^۱ را به بیش از ۲۰۰۰۰ کتاب که توسط نویسندگان فرانسوی و نویسندگان فرانسوی‌زبان در ۷۵ کشور توشته شده؛ حمایت کرده است (Institut français).

انستیتو فرانسه از صنعت کتاب، یعنی بزرگ‌ترین صنعت فرهنگی در فرانسه و یکی از بین‌المللی‌ترین‌ها از طریق پشتیبانی ترجمه و ترویج سفر نویسندگان فرانسه‌زبان در سراسر جهان حمایت می‌کند. از نظر سیاست‌گذاران حوزه کتاب فرانسه، نویسندگان حاملان عمده نفوذ فکری و فرهنگی فرانسه هستند (Institut français). وظایف این مؤسسه در حوزه صادرات کتاب عبارتند از:

۲-۱ پشتیبانی از ترجمه

برنامه کمک به نشر در انستیتو فرانسه / کمک‌های خرید حق مالکیت معنوی^۲

پشتیبانی از سوی انستیتو فرانسه شامل بودجه (تمام یا بخشی) از پیش‌پرداخت درباره حق مالکیت معنوی مذاکره‌شده بین ناشران فرانسوی و ناشران سراسر جهان برای همه انواع کتاب‌ها، به استثنای متون درسی آموزشی و دانشگاهی^۳ می‌باشد. پروژه‌ها ممکن است در زمینه‌های مختلفی باشند: علوم انسانی، جوانان، کمیک، تئاتر، شعر و انتشارات علمی و دانشگاهی ...

این برنامه منحصرراً از آن دسته از ناشران حرفه‌ای حمایت می‌کند که آثاری از نویسندگان فرانسوی‌زبان را که به زبان محلی نگاشته‌اند (از جمله زبان فرانسوی) منتشر می‌کنند که حق مالکیت معنوی

¹ Book Publication Assistance Programmes

² The Publication Assistance Programme at the Institut Français / Grants for the Purchase of Rights

³ School or university text books

چاپ و نشر و ترجمه اثر توسط یک ناشر فرانسوی منعقد شده باشد. پیش پرداخت مستقیماً به ناشر فرانسوی که جایگزین ناشر خارجی است پرداخت می‌شود. آثاری که در حوزه عمومی قرار می‌گیرند، مورد حمایت این برنامه نیستند. کمیسیونی متشکل از نمایندگان و سازمان‌های چاپ و نشر که بودجه را برای بخش کتاب فراهم می‌کنند گزینت‌ها را بر مبنای موارد ذیل تخصیص می‌دهند:

۱. کیفیت ذاتی کار و اهمیت آن در زمینه ایجاد تفکر فرانسوی؛
۲. تعهد ناشر خارجی به توسعه و حفظ یک ترجمه و سیاست انتشار به نفع نویسندگان فرانسوی؛

۳. تعهد ناشر خارجی درخصوص انتشار و ارتقاء کتاب ترجمه‌شده.
 پروژه‌های ارائه‌شده باید در مرحله تکمیل باشند و در یک دوره زمانی معین منتشر شوند. برای کتابی که قبلاً منتشر شده، هیچ کمک مالی نمی‌شود.

برنامه‌های حمایت نشر محلی / گزینت‌های ترجمه^۱

این برنامه‌ها توسط انستیتو فرانسه در خارج از کشور یا توسط ادارات فرهنگی سفارت‌های فرانسه در کشورهای که در جدول ۱ نام برده شده‌اند، اداره می‌شوند و برای آن دسته از ناشرانی که به ترجمه و انتشار کتاب‌های فرانسوی متعهد هستند طراحی می‌گردند. پشتیبانی ممکن است برای هزینه‌های ترجمه یا در بعضی کشورها برای تولید یا تبلیغ کتاب باشد. همان‌طور که در جدول پیداست، فرانسه برای هر کشور با توجه به مختصات و ویژگی‌های آن کشور، برنامه جداگانه در نظر گرفته است (Institut français).

جدول ۱: لیست برنامه‌های حمایتی برای انتشارات محلی

لیست برنامه‌های حمایتی برای انتشارات محلی			
کشور	نام برنامه	کشور	نام برنامه
South Africa	Sinclair Beiles	Brazil	Carlos Drummont de Andrade
Albania	Fan Noli	Canada	P.A.P.
Algeria	Mohammed Dib	China	Fu Lei
Germany	Rilke	Korea	Sejong
Argentina	Victoria Ocampo	Croatia	A.G. Matoš
Armenia	Vahan Terian	Denmark	Cécile Black
Austria	Robert Musil	Denmark	Karen Blixen
Egypt	Taha Hussein	Mexico	Alfonso Reyes
Spain	Garcia Lorca	Poland	Boy-Zelenski
Estonia	Johannes Aavik	Czech Republic	F.X. Salda
USA	Hemingway Grants	Romania	Nicolae Iorga
USA	French Voices	UK	Burgess
Georgia	Merab Mamardachvili	Russia	Pouchkine
Greece	Jacqueline de Romilly	Serbia	Danilo Kis
Hungary	Deszö Kosztolányi	Slovenia	Valentin Vodnik
India	Tagore	Taiwan	Hu Pinching

¹ Local Publishing Support Programmes / Translation Grants

Israel	Ben Yehuda	Thailand	Dokmaïstot
Italy	Casanova	Tunisia	Salah Garmadi
Japan	Nagai Kafu	Turkey	Sinasi
Lebanon	Georges Schehadé	Ukraine	Skovoroda
Lithuania	Oscar Milosz	Uruguay	Lautréamont
Morocco	Khayr Eddine	Venezuela	Francisco de Miranda

آموزش مترجم^۱

انستیتو فرانسه از آموزش مترجمان حرفه‌ای در تعدادی از مناطق جهان پشتیبانی می‌کند. سیاست-گذاران فرهنگی فرانسه معتقدند بدون پرورش و تجدید نسل‌هایی نوین از مترجمان فرانسوی، خطر واقعی مشاهده کمتر متونی که به فرانسوی ترجمه شده باشند به علت عدم وجود مترجمان با کیفیت بالا در آینده وجود خواهد داشت..

جلسات آموزش محلی^۲

جلسات آموزش محلی مترجم توسط دفتر کتاب شبکه فرهنگی فرانسوی برگزار می‌شود که در تلاش است مترجمان ادبی از زبان فرانسوی به زبان محلی را آموزش دهد. به عنوان مثال در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵، سمیناری درباره ترجمه ادبی در مکزیک و دیگری درباره ادبیات کودک در چین مورد حمایت واقع شدند.

نشست‌های مترجمان^۳

در قالب کارگاه‌هایی متمرکز بر زبان فرانسه و زبان دیگر، نشست‌های آموزش محلی ترجمه، ۶ مترجم جوان را برای یک دوره ۱۰ هفته‌ای به رهبری مترجمان مجرب گرد هم می‌آورد.

۲-۲ ارتقاء نویسندگان فرانسوی^۴

انستیتو سفر نویسندگان فرانسوی زبان را به منظور برخورد و رویارویی با عامه مردم و همین‌طور برای نگارش پروژه‌ها در سراسر جهان بر عهده می‌گیرد.

نویسندگان غایب از پاریس^۵

این برنامه در اختیار نویسندگان فرانسوی‌زبانی که توسط شبکه فرهنگی فرانسوی پیشنهاد شده‌اند قرار می‌گیرد، یعنی کسانی که حداقل یک اثر منتشر شده به زبان محلی داشته‌اند تا بتوانند در یک رویداد بزرگ ادبی و ملاقات‌های عظیم ادبی شرکت کنند یا کتاب خود را به مناسبت انتشار ترجمه آن معرفی و ارائه کنند.

نسخه‌های ویژه^۶

برنامه «نسخه‌های ویژه»، کمپین‌هایی مختص ژانرهای مختلف نظیر داستان جنایی و ادبیات کودک با نمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و ملاقات‌ها و غیره ارائه می‌دهد.

¹ Translator Training

² Local Training Sessions

³ The Translators' Fabrique = La Fabrique des traducteurs

⁴ Promoting French Authors

⁵ Authors Absent from Paris = Auteurs absents de Paris

⁶ Special Editions

مأموریت‌های استاندال^۱

برنامه استاندال از نویسندگان فرانسوی یا آن دسته که در پاریس زندگی می‌کنند و پروژه نوشتن در خارج را برای یک دوره حداقل یک‌ماهه پیشنهاد می‌دهند از طریق کمک مالی هزینه‌های اقامت در طول مدت اقامت را پشتیبانی می‌کند. در عوض، نویسندگان مساعدت خود را در مبادلات فرهنگی و برنامه‌های گفتگومحور انجام‌شده توسط شبکه فرهنگی فرانسه در خارج از فرانسه (نظیر سمپوزیوم‌ها، نشست‌های عمومی، ملاقات‌ها، کارگاه‌های نویسندگان) ارائه می‌دهند.

۲-۳ کتاب برای اقتباس روی پرده سینما^۲

از کتاب‌ها فیلم بگیرید!^۳

برنامه‌ای سازمان‌دهی شده در رویدادهای مهم سینمایی در سراسر جهان - جشنواره فیلم کن^۴، جشنواره فیلم بین‌المللی تورنتو^۵، بازار فیلم آمریکا در لس‌آنجلس^۶ - است. کمپین‌های «از کتاب‌ها فیلم بگیرید» برای برگزاری جلسات حرفه‌ای و تخصصی بین تولیدکنندگان خارجی و ناشران فرانسوی به‌منظور بحث در مورد پروژه‌های اقتباس از کتب فرانسوی برای مذاکره، تولید و ساخت فیلم است. این کمپین‌ها ثمره همکاری با جامعه مدنی ناشران فرانسوی زبان^۷ و دفتر بین‌المللی چاپ فرانسوی^۸ است.

جایزه برای اقتباس از داستان جنایی برای فیلم تلویزیونی^۹

در سال ۲۰۱۵، عنوانی از یک رمان جنایی برای فیلم تلویزیونی اقتباس شد این انتخاب توسط جامعه مدنی ناشران فرانسوی زبان، که دوپولار^{۱۰} و انستیتو فرانسه صورت گرفت. هدف از این ابتکار بالابردن انگیزه به مترجمان و ناشران خارجی است (Institut français).

۲-۴ حمایت از شبکه‌های کتابخانه‌های رسانه‌ای فرانسه در خارج از کشور

شبکه‌ای با بیش از ۵۰۰ کتابخانه رسانه‌ای در انستیتوهای فرانسوی، آلیانس‌های فرانسوی و نهادهای دولتی^{۱۱} وجود دارد. این کتابخانه‌های رسانه‌ای مکان‌هایی برای یادگیری زبان، فرهنگ، جلسات،

¹ Stendhal Missions

Marie-Henri Beyle مشهور به استاندال، رمان‌نویس فرانسوی قرن نوزدهم میلادی

² BOOK-TO-SCREEN ADAPTATION

³ Shoot the Book!

⁴ The Cannes Film Festival

⁵ Toronto International Film Festival

⁶ American Film Market of Los Angeles

⁷ Société civile des éditeurs de langue française

⁸ le Bureau international de l'édition française

⁹ Prize for Crime Fiction-to-TV Adaptation

¹⁰ Quais du Polar

که دوپولار: جشنواره داستان‌های جنایی در چاپ و فیلم است که به‌صورت سالانه از سال ۲۰۰۵ در لیون فرانسه

برگزار می‌شود.

¹¹ Bi-national institutions

بحث‌ها و منابع مستند فراهم می‌کنند و به‌طور کامل در سیاست‌های توسعه‌ای و جذب فرانسه سهیم هستند. انستیتو مبتکر ایجاد پروژه کولتورتک^۱، یک پورتال منابع دیجیتالی برای اعضای کتابخانه رسانه‌ای شبکه فرهنگی است (Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères).

انستیتو فرانسه این شبکه وسیع را با وجود ۳ اهرم مدیریت می‌کند:

۱. برنامه کمک به کتابخانه‌های چندرسانه‌ای^۲؛
۲. تولید ابزار برای شبکه فرهنگی فرانسه^۳؛
۳. دوره‌های آموزش حرفه‌ای^۴.

برنامه کمک به کتابخانه‌های چندرسانه‌ای

انستیتو هرساله فراخوانی برای تعیین اولویت‌های پروژه‌ها با هدف ارتقاء کتابخانه‌ها در شبکه فرهنگی فرانسوی در خارج از کشور می‌دهد. این برنامه سالانه از حدود پنجاه کتابخانه برای دریافت محتوای دیجیتال، ایجاد کتابخانه یادگیرندگان^۵ (مجموعه‌ای از منابع برای دانش آموزان زبان فرانسوی) پشتیبانی می‌کند.

تولید ابزار برای شبکه فرهنگی فرانسه

در سال‌های اخیر، دو پلتفرم مبتنی بر همکاری (کتابخانه یادگیرندگان و مجموعه معاصر فرانسه) برای تسهیل در ساخت مجموعه‌های دارای اولویت ایجاد شدند. انستیتو در سال ۲۰۱۲، یک کتابخانه دیجیتالی، با عنوان Culturethèque که در دسترس همه شبکه‌های فرهنگی فرانسوی در خارج از کشور است افتتاح کرد.

دوره‌های آموزش حرفه‌ای

هرساله چندین دوره به کتابداران کتابخانه‌های چندرسانه‌ای که در شبکه فرهنگی فرانسوی در خارج از کشور کار می‌کنند ارائه می‌شود. درضمن، انستیتو کمک مالی برای خرید کتاب‌ها، دی‌وی‌دی‌ها، سی‌دی‌های صوتی و منابع کتابخانه‌ای فراهم می‌کند (Institut français).

۳. دفتر بین‌المللی چاپ فرانسوی^۶

¹ Culturethèque

کولتورتک: یک کتابخانه الکترونیک با هزاران کتاب الکترونیکی، کتاب‌های صوتی برای بهبود تلفظ فرانسوی، فیلم، روزنامه، مجله، موسیقی و دیگر منابع آنلاین مفید برای یادگیری زبان فرانسه است.

² Aid to Multimedia Libraries Program = d'aide aux médiathèques

³ The Production OF Tools for the French Cultural Network

⁴ Professional Training

⁵ Bibliothèque de l'apprenant

⁶ Bureau International de l'Édition Française (BIEF)

دفتر بین‌المللی چاپ فرانسوی، یک انجمن محسوب می‌شود که در سال ۱۸۷۳ توسط Cercle de la Librairie ایجاد شده است. بودجه این دفتر با دریافت سویسید (یارانه) از مرکز ملی کتاب^۱ و حمایت از سوی وزارت امور خارجه تأمین می‌شود. با چندین سازمان فرانسوی از جمله اتحادیه ملی انتشارات^۲ همکاری می‌کند.

این دفتر با ارائه تسهیلات توسعه صادرات بین‌المللی، فروش و استفاده از حق مالکیت معنوی و پروژه‌های مشارکتی به اعضای شرکت انتشارات کتاب فرانسه^۳ خود، خدمات لازم را ارائه می‌دهد. این کار از طریق چهار فعالیت اصلی انجام می‌شود:

۱. نمایش^۴ نشر فرانسه در در بازارهای بین‌المللی، به‌ویژه نمایشگاه‌های مهم و اصلی کتاب نظیر فرانکفورت و بولونیا و همچنین شرکت در کنوانسیون‌ها و رویدادهای تخصصی؛
۲. تولید^۵ گزارش درباره بازارهای بین‌المللی چاپ و نشر؛
۳. اتصال (برقراری ارتباط)^۶ بین بازیگران صنعت چاپ و نشر در سراسر جهان از طریق تبادلات حرفه‌ای (bief).
۴. توان‌مندسازی اعضای دفتر چاپ و نشر بین‌المللی فرانسوی برای بهره‌مندی و استفاده از دانش فنی و تخصصی انجمن، به‌ویژه از طریق فراهم‌آوری مطالعات بازار، گزارش‌های تخصصی و مطالعات موضوعی.

فعالیت‌های دفتر

- دفتر بین‌المللی چاپ، مکان‌هایی را برای نمایش آثار جمعی منتشرشده توسط ۲۸۰ عضو شرکت نشر فرانسوی در چند نمایشگاه و رویداد بین‌المللی کتاب فراهم می‌کند.
- تولید گزارشات مربوط به صنایع چاپ و نشر خارجی؛
- انتشار کاتالوگ‌های مبتنی بر موضوع و فهرست‌های راهنما که در نمایشگاه‌های کتاب و دیگر رویدادهای چاپ و نشر و همچنین بین حرفه‌ای‌های نشر توزیع می‌شود.
- انتشار خبرنامه La Lettre که اخبار مربوط به فعالیت‌های متنوع دفتر را پوشش می‌دهد.
- سازمان‌دهی و برگزاری جلسات موضوعی با شرکت‌های انتشاراتی خارجی برای اعضای خود
- سازمان‌دهی تبادلات حرفه‌ای مانند سمینارها و انجمن‌ها با هدف انجام مبادلات فکری و حرفه‌ای با ناشران و کتابفروشی‌های خارجی؛
- این دفتر از طریق دفتر نیویورک و آژانس ناشران فرانسوی، گزینه ارائه حقوق مالکیت معنوی جهانی انگلیسی را به بیش از نیمی ناشران عضو خود فراهم می‌کند.

¹ Centre National du Livre (CNL)

² Syndicat National de l'Édition (SNE)

³ French book publishing company

⁴ Showcasing

⁵ Generating reports

⁶ Connecting

- این دفتر همراه با جامعه مدنی ناشران زبان فرانسوی، از فروش حقوق مالکیت معنوی منابع دیداری-شنیداری و مهم‌تر از همه از طریق برنامه Shoot the Book و سایت اینترنتی و ایجاد و توزیع کاتالوگ‌های تخصصی در جشنواره‌های فیلم در سراسر جهان پشتیبانی می‌کند (bief).

۴. مرکز ملی کتاب:

این مرکز در سال ۱۹۴۶ تأسیس شد و یک سازمان عمومی در وزارت فرهنگ و ارتباطات فرانسه است که در بخش فعالیت‌های عمومی و رسانه‌ای^۱ فعالیت می‌کند. مأموریت مرکز، حمایت از همه بازیگران در زنجیره انتشار کتاب شامل: نویسندگان، پخش‌کنندگان، ناشران، کتاب‌فروشی‌ها، کتابخانه‌ها و برگزارکنندگان رویدادهای ادبی است. برای این انجام این کار، طیف وسیعی از کمک‌ها را در مجموع به مبلغ ۴۲ میلیون یورو در سال به صورت یارانه‌ها، اعتبارات، گرنت‌ها و وام‌های بلاعوض پس از مشورت با کمیته‌های تخصصی ارائه می‌دهد.

مرکز ملی کتاب هم در فرانسه و هم خارج از کشور فعالیت می‌کند. با تمرکز بر اصل انصاف و تقابل، تلاش می‌کند تا هم در راستای ارتقاء ادبیات فرانسوی در سطح بین‌المللی و هم واردات ادبیات خارجی در فرانسه به وظایف خود عمل نماید. بدین ترتیب انجمنی برای استقبال، اطلاع‌رسانی، واسطه‌گری و مبادله دیدگاه‌ها در سطح جهانی، با دسترس‌پذیری گسترده برای همگان مهیا می‌کند.

برنامه‌های حمایتی مرکز ملی کتاب برای مترجمان:

- ترویج ترجمه و توزیع آثار خارجی در فرانسه و آثار فرانسوی با همه تنوع فرهنگی‌شان در کشورهای دیگر؛

- کمک‌های مالی برای ترجمه آثار خارجی به فرانسوی؛

- کمک‌های مالی برای ترجمه آثار فرانسوی به زبان‌های خارجی (buchmesse).

۵. انتشارات مرکزی^۲:

- این ساختار با هدف حمایت و توسعه فعالیت‌های صادراتی اعضای خود، به‌ویژه با ارائه تضمین‌های مالی به خریداران خارجی و امکان‌دادن به آن‌ها برای استفاده از راه حل‌های انتقال مناسب برای حمل کتاب‌ها فعالیت می‌کند.

- - تضمین‌ها و بیمه: هر خریدار خارجی می‌تواند از ضمانت‌های مالی برای پوشش خطرات صادرات (تجاری، سیاسی، و غیره) بهره‌مند شود.

- - کمک برای حمل و نقل: برای کتاب‌فروشی‌ها و عمده‌فروشان در نظر گرفته شده است، به

کاهش هزینه حمل و نقل به مقصد خاص کمک می‌کند.

- - کمک به کتاب‌فروشی‌ها: یارانه‌های معین برای کتاب‌فروشی‌های عضو به منظور افزایش ذخایر

کتاب‌های فرانسوی وجود دارد.

¹ General Media and Cultural Activities Department

² La Centrale de l'Édition

۶. مرکز صادرات کتاب فرانسه^۱:

ساختاری تخصصی در سفارش‌های کوچک با دفاتر دائمی در شش کشور. فعالیت صادراتی آن ۷۰۰ هزار جلد در سال به ۶۰۰۰ کتابفروشی است. این مرکز همچنین دو برنامه همکاری از مقامات دولتی را مدیریت می‌کند:

- برنامه کشورهای جنوب صحرای آفریقا، ماداگاسکار و هائیتی، که کتب علمی و دانشگاهی را با تخفیف ۵۰٪ قیمت کاتالوگ ارائه می‌دهد با حدود ۱۰۰۰۰۰ عنوان در سال.
- برنامه شرق اروپا^۲ که در برخی از کشورهای مرکزی و شرقی اروپا کتابفروشی‌ها را با ۶۰٪ تخفیف به‌علاوه هزینه حمل و نقل تا ۵۰٪ تأمین می‌کند.

۷. مراکز و انجمن‌های دیگر شامل:

- خانه‌های فرانسه^۳ (وابسته به وزارت تجهیزات)؛
- انجمن فرانسوی فعالیت‌های هنری^۴؛
- انجمن نشر تفکر فرانسوی^۵؛
- دفتر بین‌المللی ترویج کتب فرانسوی^۶؛
- آژانس آموزش زبان فرانسه در خارج^۷.

البته از میان مراکز بالا، «انجمن نشر تفکر فرانسوی» و «انجمن فرانسوی فعالیت‌های هنری» به مرور در یکدیگر ادغام شدند و در سال ۲۰۰۶ م. کولتورفرانس را تشکیل دادند که فعالیت‌های بسیاری برای نشر آثار هنری فرانسه در خارج، در زمینه هنرهای بصری، نمایشی، معماری و نوشتاری انجام داد. اما این نهاد نیز خود در سال ۲۰۱۰ م. با انستیتو فرانسوی ادغام شد (شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲).

جدول ۲، خلاصه‌ای از نام بازیگران اصلی (سطح منطقه‌ای، ملی، اروپا و بین‌المللی) عرصه نشر کتاب در فرانسه به‌همراه نوع کارکردشان را نشان می‌دهد.

¹ Centre d'Exportation du Livre Français = (CELFF)

² The East of Europe programme

³ Maison de la France

⁴ Association Française d'Action Artistique (AFAA)

⁵ Association pour la Diffusion de la Pensée Française (ADPF)

⁶ Office International de Promotion du Livre Française (OIP)

⁷ Agence pour l'Enseignement Français à l'Étranger (AEFE)

جدول ۲: بازیگران اصلی نشر کتاب در فرانسه

منطقه‌ای	تولید ^۴	توزیع ^۳	آموزش ^۲	شبکه ^۱
Agences régionales	•	•		•
DLL	•	•		
DRAC	•	•	•	
ملی				
ADELIC		•		
ATLAS				•
ATLF				•
Beaumarchais-SACD	•	•		
BNF		•		•
CFC		•		
CIPM	•	•		
CNL	•	•		•
Ent'revues		•	•	•
FISAC		•		
Fonds Jules Verne	•	•		
Maison des auteurs	•		•	•
MEL		•		
Printemps des poètes		•		
SCELF		•		
SGDL				•
SLF				•
SNE		•		•
SNAC				•
SOFIA	•		•	
Villa Gillet	•	•		•
Villa Medicis	•			
اروپا				

- 1 Network
 2 Training
 3 Diffusion
 4 creation

شبکه ^۱	آموزش ^۲	توزیع ^۳	تولید ^۴
•			FAEE
•			FEL
•			FEE
			بین‌المللی
•		•	AILF
			Bibliodef •
•		•	BIEF
		•	CELF
		•	Centrale de l'édition
•		•	Culturesfrance •
•		•	DLL
•			IFLA
		•	Missions Stendhal •
		•	Ubifrance
•			UIE

نتیجه‌گیری

برای کشوری که نخستین وزارت فرهنگ جهان را تأسیس کرده است، فرهنگ از عناصر مهم دیپلماتی محسوب می‌شود. این توجه منحصر به فرد به فرهنگ و نقش آن در روابط بین‌الملل، مبتنی بر نگاه و توجهی است که دولت و سیاست‌گذاران فرانسوی از دیرباز به مقوله فرهنگ در داخل این کشور مبذول داشته‌اند (شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲). توجه بیش از اندازه به فرهنگ در سیاست خارجی فرانسه از آنجایی محرز می‌شود که مراکز فرهنگی در شبکه فرهنگی این کشور عمدتاً تحت نظارت و حمایت وزارت امور خارجه و امور اروپایی و وابسته به سفارت‌خانه‌ها هستند؛ و این ساختار یعنی فرهنگ و وجوه و ابزار مختلف فرهنگی از ضریب نفوذ بالایی در سیاست خارجی این کشور برخوردارند.

در جریان جهانی‌شدن و رشد فزاینده ارتباطات و نیز تسلط بیش از پیش زبان انگلیسی، کار برای فرانسوی‌ها دشوار شده است. فرانسه همچنان زبانی بین‌المللی است؛ اما تردیدی نیست که در مقابل زبان انگلیسی تضعیف شده است و این افول همچنان ادامه دارد (شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲). برای مقابله با این مسأله و همچنین رویارویی با هژمونی آمریکا در عرصه فرهنگ و به عبارتی آمریکایی‌شدن فرهنگ، فرانسه مفهوم «تنوع فرهنگی» را در دنیا مطرح کرد و به همین جهت برای موفقیت در این زمینه و نیز بازگرداندن شکوه و عظمت گذشته از ابزارهای فرهنگی متعدد استفاده می‌کند...

صنعت کتاب به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع فرهنگی و بین‌المللی این کشور به‌خصوص برای گسترش زبان و ادبیات فرانسوی از دیرباز و در جریان جنگ قطب‌های قدرت‌مند، ابزاری مهم در دیپلماسی فرهنگی فرانسه محسوب شده است. همان‌طور که در این پژوهش مطرح گردید تشکیل مؤسسات و مراکز فرهنگی در قالب شبکه فرهنگی به‌هم‌پیوسته و راهبردهای متنوع استفاده از کتاب نشان از جایگاه این رسانه در سیاست‌های فرهنگی و خارجی فرانسه دارد.

سیاست‌های فرهنگی فرانسه در ارتباط با کتاب را می‌توان در ۴ بخش دسته‌بندی کرد: اهداء کتاب، برنامه‌های حمایتی بدنه نشر، حضور مستمر در مجامع بین‌المللی و نمایشگاهی، تأسیس و تجهیز کتابخانه‌ها.

برنامه‌های حمایتی از صنعت نشر کتاب برای ورود به بازارهای جهانی عمدتاً بر آموزش منابع انسانی اعم از ناشران، نویسندگان و مترجمان استوار است. ارائه کمک مالی به نویسندگان برای سفرهای خارجی و حضور در مجامع بین‌المللی راه‌کاری قدرت‌مند برای خلق محتوای روزآمد و بین‌المللی و دستیابی به مفاهیم مشترک با ملل دیگر محسوب می‌شود.

گرت‌ها و برنامه‌های حمایتی از ترجمه و اتخاذ سیاست‌های متنوع در کشورها و در نظر داشتن مختصات هرکدام از آن‌ها، ایده خلاقانه سیاست‌گذاران فرهنگی فرانسه به حساب می‌آید چرا که با به‌کارگیری یک برنامه در همه کشورها و نادیده گرفتن تفاوت‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی مردم آن منطقه نمی‌توان به دیپلماسی فرهنگی اثرگذار دست یافت.

تأسیس و تجهیز کتابخانه‌های وابسته به مراکز فرهنگی و آلیانس‌های فرانسه نیز از راهبردهای استراتژیک دیپلماسی فرهنگی فرانسوی است. چرا که علاوه بر دسترس‌پذیری فیزیکی کتاب‌ها در کشورهای مختلف، حضور نیروهای فرهنگی آموزش‌دیده مبتنی بر دوره‌های آموزشی برخاسته از فرهنگ فرانسه امنیت خاطر بیشتری برای اعمال درست برنامه‌ها و دستیابی به اهداف به وجود می‌آورد. نقطه قوت مهم دیگر در این زمینه توجه مدیران ارشد فرهنگی به تحولات فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات و ایجاد کتابخانه‌های دیجیتال و استفاده از مزایا و قابلیت‌های منابع الکترونیکی است که پروژه کولتورتک، پورتال منابع دیجیتالی برای اعضای کتابخانه رسانه‌ای شبکه فرهنگی به ابتکار انستیتو فرانسه، مؤید همین توجه و آینده‌نگری است.

پیوند صنعت کتاب و صنعت سینما از طریق برگزاری جلسات حرفه‌ای و تخصصی به‌منظور تعامل بین نویسندگان و تولیدکنندگان فیلم‌های سینمایی برای این که از کتاب‌ها برای تولیدات خود اقتباس کنند، از گام‌های قابل تعمق دیپلماسی کتاب فرانسه محسوب می‌شود.

- ایوبی، حجت‌ا... (۱۳۸۸). سیاست‌گذاری فرهنگی در فرانسه: دولت و هنر. تهران: سمت.
- حقیقی، رضا (۱۳۸۶). فرهنگ و دیپلماسی در آینه سیاست‌ها و دیپلماسی فرهنگی اتحادیه اروپا در قبال جمهوری اسلامی ایران. تهران: انتشارات بین‌المللی الهدی.
- خاشعی، وحید و مهرداد مرادامامزاده‌جعفر (۱۳۹۰). "درآمدی سیاست‌گذارانه بر کارایی قدرت نرم در صحنه روابط بین‌الملل". مطالعات قدرت نرم (۳).
- دهشیری، محمدرضا. (۱۳۹۳). دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- شاهوردیانی، ناهید و سمیرا سعیدیان (۱۳۹۲). "نظری بر دیپلماسی فرهنگی فرانسه؛ جایگاه والای فرهنگ در دیپلماسی". فصلنامه مطالعات جهان، ۳(۲)، ۳۸۱-۴۰۶.
- کتابی، محمود؛ عنایت‌ا... یزدانی و مسعود رضایی (۱۳۹۱). "قدرت نرم و راهبرد هژمونیک‌گرایی آمریکا". دوفصلنامه دانش سیاسی، سال هشتم (شماره دوم (پیاپی ۱۶))، ۱۰۷-۱۲۸.
- گودرزی، مهناز و فرشته معبودی‌نژاد (۱۳۹۵). "قدرت نرم ترکیه در آسیای مرکزی و قفقاز جنوبی". فصلنامه آسیای مرکزی و قفقاز، شماره ۹۳، ۱۲۳-۱۵۸.
- ملکی، رضا (۱۳۸۶). طرح توسعه نظام کتابخانه‌های برون مرزی ایران (وابسته به نمایندگی‌های فرهنگی ج.ا.ایران در خارج از کشور). (دکتری)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران.
- نای، جوزف (۱۳۸۷). رهبری و قدرت هوشمند. ترجمه محمودرضا گلشن‌پژوه و الهام شوشتری-زاده. تهران: مؤسسه ابرار معاصر.
- نقیب‌زاده، احمد (۱۳۸۱). تأثیر فرهنگ ملی بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران. تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه.

Bellescize, G. d. (1986). Editorial. *Notre Librairie*, 83, 1-4 .

bief. Qui sommes-nous ?. **Bureau International del'Edition Francaise**. August 10, 2017. Retrieved from <https://www.bief.org/About-us.html>

buchmesse. Translation funding. **Frankfurter Buchmesse**. August 11, 2017. Retrieved from <https://www.buchmesse.de/en/international-business/networking/funding-programmes/ubersetzungsforderung>

Cohen, W. B. (1971). *Rulers of empire: the French colonial service in Africa*. Stanford, Calif: Stanford University Press.

Cull, N. (2010). Jamming for Uncle Sam: Getting the Best From Cultural Diplomacy. Retrieved from July 14, 2017, from **University of Southern California Center for Public Diplomacy**:

http://uscpublicdiplomacy.org/index.php/newswire/cpdblog_detail/jamming_for_uncle_sam_getting_the_best_from_cultural_diplomacy/

Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Seven lessons for its future from its past. In Welsh, and Fern (Eds.) *Engagement: Public Diplomacy in a Globalised World* (pp. 16-29). London: Foreign and Commonwealth Office .

Cull, N. J. (2009). Public diplomacy before Gullion: The evolution of a phrase. In N. Snow, and P. M. Taylor (Eds.) *Routledge handbook of public diplomacy* (pp. 19-23). London and New York: Routledge.

Darcos, X. (2014). How can we promote domestic literature abroad? *Ist Meeting of European Organizations in the Book Industry*. December 8, 2016, Retrieved from http://www.pik.org.pl/upload/files/komunikaty%20plicki/Meeting_of_european_organizations_in_the_book_industry_s.pdf

Deibel, T. L., and Roberts, W. R. (1976). *Culture and Information: Two Foreign Policy Functions*. Beverly Hills, Calif: Sage Publications

Donaldson, F. L. (1984). *The British Council: the first fifty years*. London: Jonathan Cape.

Dupre, M. (2001). *Francophonie: Dictionnaire des politiques culturelles de la France depuis 1958*. Paris: Larousse-Bordas/Her.

Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères. Books and the written word. July 17, 2017. Retrieved from <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/cultural-diplomacy/the-fields-of-action-for-cultural-diplomacy/article/books-and-the-written-word>

Fontaine, R. (1974). "Le Problème du livre face au lecteur en Afrique". *co-operation et developpment*(47), 16-23 .

Fumaroli, M. (1992). *L'Etat culturel*. Paris: ed. de Fallois.

Gallarotti, G. M. (2010). *Cosmopolitan power in international relations: a synthesis of realism, neoliberalism, and constructivism*: Cambridge University Press.

Gallarotti, G. M. (2011). "Soft power: what it is, why it's important, and the conditions for its effective use". *Journal of Political Power*, 4(1), 25-47 .

Greffet, P. (1983). "L'Alliance Francaise: annee 100". *Frangais dans le Monde* (178), 6-8 .

Institut francais. Books. April 13, 2017. Retrieved from <http://www.institutfrancais.com/en/books>

Institut francais. Multimedia libraries. August 13, 2017 . <http://www.institutfrancais.com/en/multimedia-libraries>

Institut francais. Translation grants for publishers of French language authors. August 5, 2017 .

Lee, S.-w. (2011). **The theory and reality of soft power: Practical approaches in East Asia** *In Public diplomacy and soft power in East Asia* (pp. 11-32). New York: Palgrave Macmillan.

Lord, C. (2008). Public diplomacy and soft power. In J. M. Waller (Ed.), **Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare** (pp. 61-73). Washington: Institute of World Politics Press.

Maack, M. N. (1981). **Libraries in Senegal: Continuity and change in an emerging nation.** Chicago: American Library Assosiation.

Maack, M. N. (2001). "Books and libraries as instruments of cultural diplomacy in Francophone Africa during the Cold War". **Libraries & Culture**, 36(1), 58-86 .

Melissen, J. (2005). **Wielding soft power: The new public diplomacy.** Netherlands: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael.

Morrison, D., Bessières, M., and Compagnon, A. (2008). **Que reste-t-il de la culture française?** Paris: Denoël.

Mumford, W. B., and Orde-Browne ,G. S. J. (1970). **Africans Learn to Be French: A Review of Educational Activities in the Seven Federated Colonies of French West Africa, Based Upon a Tour of French West Africa Undertaken in 1935:** Evans brothers.

Mutsaka, C. M. (2013). **Changing foreign public perceptions through culture Comparative study of the Cultural Diplomacy of France and China in the Mekong sub-region.** (Master of Arts), Webster University .

Nye, J. S. (2004). **Soft power: The means to success in world politics.** New York: Public affairs.

Pauchet, M.-P. (1995). "La Bibliotheque du centre culturel francais". **Notre Librairie**(120-21), 263-266 .

Peroncel-Hugoz, J. P. (1983). Les Cent Ans de l Alliance Francaise: un irresistible maitre de l'ecole. **Le Monde** (Paris), 25, 26 December .

Riviere, D. (1995). **Histoire de la France.** Paris: Hachette.

Rogard, P. (2008). **Cultural policies in France. July 20, 2017.** Retrieved from <http://www.coalitionfrancaise.org/wp-content/uploads/2013/11/Cultural-policies-in-France.pdf>

Senghor, L. S. (1977). **Liberté III.** Paris: Seuil.

Simmons, S. (2014). The French Legacy in Africa. **World Affairs Council of Pittsburg.** Apri 24, 2017. Retrieved from <https://www.worldpittsburgh.org/the-french-legacy-in-africa/>

Tétu, M. (1988). *La francophonie: histoire, problématique et perspectives*. Paris: Hachette.

Touati, S. (2007). *French foreign policy in Africa: between Pré Carré and multilateralism*. London: Royal Institute of International Affairs .

Young, R. J. (2004). *Marketing Marianne: French Propaganda in America, 1900-1940*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.