САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

МАЛЬКОВА Юлия Романовна

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ ВО ВНЕШНЕЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКЕ СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦИИ**

**INTERNATIONAL TOURISM AS A PART OF FOREIGN CULTURAL POLICY IN MODERN FRANCE**

Выпускная бакалаврская квалификационная работа

по направлению 41.03.05 - «Международные отношения»

Научный руководитель –

кандидат исторических наук,

доцент Николаева Юлия Вадимовна

Студент:

Научный руководитель:

Санкт-Петербург

2017

Оглавление

**Введение**3

**Глава 1.** Институциональный и нормативно-правовой аспекты внешней культурной политики Франции. 10

1.1. Понятие внешней культурной политики в научном и политическом дискурсе Франции 10

 1.2 Нормативно-правовая основа внешней культурной политики Франции 16

 1.3. Акторы внешней культурной политики Франции24

 **Глава 2.** Международный туризм как направление внешней культурной политики Франции в начале XXI века32

 2.1. История развития международного туризма в контексте внешней культурной политики Франции.32

 2.2. Нормативно-правовой аспект международного туризма во Франции.39

 2.3. Основные операторы международного туризма во внешней культурной политике Франции47

**Глава 3.** Практический аспект использования международного туризма во внешней культурной политике Франции.56

 3.1. Особенности реализации туристического направления внешней культурной политики Франции в начале ХХI века.56

 3.2. Использование французского опыта организации международного туризма как инструмента внешней культурной политики в Российской Федерации...61

**Заключение**67

**Список использованных источников и литературы**71

**Введение.**

В настоящее время культура играет всё большую роль в международных отношениях, так как это эффективный инструмент, способный сглаживать политические конфликты, стабилизировать межгосударственные отношения, объединять людей разной этнической, социально-политической, религиозной принадлежности. Кроме того, использование культуры позволяет сформировать позитивный образ государства за рубежом, укрепить его влияние и авторитет на международной арене. В связи с этим современные государства обращаются к национальной культуре для достижения своих политических целей, что способствует развитию отдельного направления международной деятельности государств, получившего название внешней культурной политики. Каждое государство по-своему вырабатывает свою внешнюю культурную политику, учитывая национальные традиции, исторические особенности, специфику экономико-политического, социокультурного развития и прочие факторы.

Франция является одним из государств, наиболее активно занимающихся реализацией внешней культурной политики. Её направления разнообразны и традиционно включают художественное, образовательное, научное, языковое сотрудничество. Однако в последние годы в связи с бурным развитием самой туристской отрасли и успехами в ней Франции в спектр основных направлений внешней культурной политики этой страны все активнее включается международный туризм – явление, приобретающее в современном мире всё более широкие масштабы и оказывающее влияние на экономическое, культурное и общественное развитие государств. Известно, что Франция является мировым лидером в области международного туризма. Об этом убедительно свидетельствуют цифры: Франция находится на первом месте в мире по количеству посещающих страну иностранных туристов – в 2016 году их число составило 84, 5 миллиона[[1]](#footnote-1). Однако представляется важным проследить, насколько эта сфера деятельности используется Францией для продвижения своих внешнеполитических интересов и, как в свою очередь, успехи внешней культурной политики оказывают влияние на увеличение количества прибывающих в страну туристов. Таким образом, **актуальность** выпускной квалификационной работы связана с одновременным возрастанием роли культурной политики в международных отношениях и развитием феномена международного туризма, оказывающего воздействие на современное общество.

**Целью** данной работы является определение места и роли международного туризма во внешней культурной политике современной Французской Республики.

В связи с этим основными **задачами** являются:

* Изучение понятия внешней культурной политики во французском научном и политическом дискурсе;
* Исследование нормативно-правовой основы и акторов внешней культурной политики Франции;
* Изучение истории международного туризма во Франции в контексте внешней культурной политики;
* Определение нормативно-правовой базы международного туризма во Франции и его основных операторов;
* Выявление характерных особенностей международного туризма как направления внешней культурной политики Франции;
* Исследование возможностей для применения в других странах (в частности, в России) французского опыта обращения к международному туризму при реализации задач внешней культурной политики.

**Объектом** исследования является внешняя культурная политика Франции, а **предметом** – международный туризм в качестве одного из направлений внешней культурной политики Франции.

**Хронологические рамки** исследования охватывают период с 2009 года до настоящего времени, поскольку в этом году была осуществлена реформа в управлении внешней культурной политики Франции, а также реформа в сфере международного туризма. Таким образом, современная французская модель управления внешней культурной политикой приобрела свой окончательный вид именно в 2009 году. В части исследования, посвященной истории развитии международного туризма во Франции рассматривается период с середины XIX века, так как именно этот период принято считать началом зарождения международного туризма.

**Методологическая основа исследования.** Методы исследования, применяемые в работе, включают аналитический, институциональный, статистический и сравнительный методы. Аналитический метод применялся для исследования понятия «внешней культурной политики» в научном и политическом дискурсе Франции, для определения нормативно-правовой базы международного туризма и его особенностей как направления внешней культурной политики. Институциональный метод использовался для изучения операторов внешней культурной политики и международного туризма во Франции. Статистический метод применялся для изучения текущего состояния международного туризма во Франции. Сравнительный метод позволил сопоставить вклад различных акторов внешней культурной политики в организацию международного туризма во Франции.

**Степень научной разработанности проблемы.** Выбранная тема исследования недостаточно широко представлена в научной литературе из-за её новизны. Как правило, в литературе рассматриваются либо вопросы формирования внешней культурной политики Франции в целом, либо исследуется международный туризм, но вне контекста внешней культурной политики. Вопросы формирования внешней культурной политики Франции, её характерные особенности подробно рассматриваются в монографии Ю.В. Николаевой «Актуальные проблемы внешней культурной политики Франции в начале XXI века»[[2]](#footnote-2), в работах С.И. Косенко,[[3]](#footnote-3) а среди французских исследователей - в работе Алена Ломбара ««Международная культурная политика: французская модель перед лицом глобализации»[[4]](#footnote-4). Кроме того, современной внешней культурной политике Франции и ее актуальным проблемам посвящены статьи таких авторов, как Ф. Мартель[[5]](#footnote-5), А. Мирлесс и А. Англад[[6]](#footnote-6), Э. Лемье[[7]](#footnote-7). В этих статьях дан характеристика основных направлений, форм и акторов внешней культурной политики Французской Республики, выявлены ключевые проблемы.

Исторические аспекты международного туризма во Франции и особенности управления им затронуты в статьях Э. Леалля[[8]](#footnote-8), А. Монферрана[[9]](#footnote-9) и А. Бертонетта.[[10]](#footnote-10) Эти работы позволяют судить об особенностях развития французского туризма, определить, в результате чего Франция смогла стать одним из признанных мировых лидеров по числу посещающих ее туристов.

Феномен международного туризма в современном мире рассматривается в работах В.И. Новичкова[[11]](#footnote-11), С.Е. Корнеева и О.В. Викуловой.[[12]](#footnote-12) Среди французских авторов на этом вопросе сосредотачивают своё внимание Б. Дутьон и С. Манду.[[13]](#footnote-13) Данные работы дают представление о том, как осуществляется правовое регулирование деятельности в сфере международного туризма, как выстроена система управления им во Франции и в других странах. Кроме того, Б. Дутьон и С. Манду обращают особое внимание на вопрос использования современных информационных технологий в сфере международного туризма.

**Источниковая база** выпускной квалификационной работы обширна и может быть разделена на группы актовых и нарративных источников. К актовым источникам относятся следующие. Во-первых, международные документы в области туризма, в частности, принятые Всемирной туристской организацией и регламентирующие развитие этой отрасли. Среди них - Манильская[[14]](#footnote-14) и Гаагская декларации по мировому туризму,[[15]](#footnote-15) Этический кодекс туриста[[16]](#footnote-16) – основополагающие документы Всемирной туристской организации.

Во-вторых, национальные стратегии Франции в области туризма, как то «Шесть мер для повышения роли французского туризма»,[[17]](#footnote-17) и двусторонние договоры, заключенные Францией с другими странами в области туризма, например, Соглашение о сотрудничестве в области туризма между Францией и Филиппинами 2015 года.[[18]](#footnote-18) Также стоит отметить французские законы о туризме, как, например,Кодекс по туризму[[19]](#footnote-19), Закон о развитии и модернизации туристических служб[[20]](#footnote-20) 2009 года.

В-третьих, документы Французской Республики в области внешней культурной политики, например, программа МИД Франции по развитию внешней культурной политики «Культурная дипломатия и дипломатия влияния»[[21]](#footnote-21), программа «Внешнеполитическая деятельность государства».[[22]](#footnote-22) Также можно отметить документацию Национальной Ассамблеи, например, документ «Эволюция сети культурных учреждений за рубежом: 17 предложений для того, чтобы усилить влияние Франции».[[23]](#footnote-23)

Также к группе документальных источников следует отнести международные документы, посвященные вопросам культурного сотрудничества, принятые международными организациями ЮНЕСКО, ЕС, международной организацией Франкофонии, как, например, Декларация принципов международного культурного сотрудничества,[[24]](#footnote-24) Европейская культурная конвенция 1954 года[[25]](#footnote-25), Шенгенское соглашение 1985 года.[[26]](#footnote-26)

К нарративным источникам относятся материалы государственных и общественных институтов Франции - Министерства иностранных дел и развития,[[27]](#footnote-27) Министерства культуры и коммуникации,[[28]](#footnote-28) Национального совета по туризму,[[29]](#footnote-29) Французского института,[[30]](#footnote-30) организации по продвижению туризма “Atout France”[[31]](#footnote-31) и т.д., опубликованные на их официальных сайтах и позволяющие подробно изучить особенности практической организации туризма во Франции, его управления и развития.

**Новизна темы работы** заключается в исследовании международного туризма, в первую очередь, в качестве направления внешней культурной политики Франции, а не как сектора экономики. Как правило, существующие научные работы либо затрагивают экономические аспекты международного туризма, либо рассматривают внешнюю культурную политику в целом, упоминают международный туризм, но подробно не рассматривают его роль и положение во внешней культурной политике Франции. Таким образом, данная работа отличается новизной подхода к рассмотрению международного туризма.

Обратимся теперь к **структуре** работы. Работа состоит из 3 глав, каждая из которых, в свою очередь, разделена на параграфы. В первой главе раскрывается понятие внешней культурной политики в научном и политическом дискурсе Франции, а также уделяется внимание акторам внешней культурной политики и изучаются её нормативно-правовые основы. Вторая глава посвящена истории развития международного туризма во Франции в контексте её внешней культурной политики, основным операторам международного туризма и его нормативно-правовым источникам. Третья глава выявляет основные проблемы, стоящие перед развитием международного туризма в качестве направления внешней культурной политики Франции, а также определяет возможность для использования существующего французского опыта в других странах, в первую очередь, в России.

**Глава 1. Институциональный и нормативно-правовой аспекты внешней культурной политики Франции**

* 1. **Понятие внешней культурной политики в научном и политическом дискурсе Франции**

Изучение культуры как инструмента внешней политики государства приобретает всё большее значение в настоящее время. Наряду с экономическим и идеологическим аспектами международных отношений, исследователей все больше интересует влияние сотрудничества в сфере культуры, науки, образования на взаимодействие между различными государствами.

Необходимо отметить, что внешняя культурная политика становится объектом научного дискурса только к концу 1950 – началу 1960-х годов[[32]](#footnote-32), а серьезные и глубокие исследования в этой области, основанные не только на теоретических представлениях, но и на эмпирических данных, появляются лишь в 1970-е годы, когда многие государства, осознавая возрастающее значение использования культуры во внешней политике, начали вести серьезную работу по сбору статистики в данной области и её представлению[[33]](#footnote-33), что способствовало проведению научных исследований.

Во Франции начало исследований внешней культурной политики приходится также на 1970-1980-е годы, однако лишь немногие научные работы дают полный, всеобъемлющий анализ феномена в целом, его теоретических аспектов. В-основном, исследования касаются истории, методов, основных проблем культурной политики лишь самой Франции[[34]](#footnote-34).

Говоря об исследованиях, посвященных внешней культурной политике Франции, следует обратить внимание на таких авторов, как А. Ломбар, Ф. Пуаррье, Ф. Рош, которые дали наиболее полный анализ внешней культурной политики Франции. Подчеркнем, что некоторые из этих исследователей употребляют понятие «культурной дипломатии» как синоним другого понятия – «внешняя культурная политика».

Ален Ломбар, французский исследователь международных отношений, преподаватель университета Париж-Дофин, в своей работе «Международная культурная политика: французская модель перед лицом глобализации»[[35]](#footnote-35) выделяет три характерные черты, присущие культурной дипломатии Франции – активное, исторически сложившееся участие государства в определении и реализации внешней культурной политики, акцент не только на финансовые, но и на людские ресурсы в планировании культурной политики, тщательно сформулированные и ранжированные цели. Автор также показывает эволюцию внешней культурной политики Франции, характеризует её основных акторов. Кроме того, Ален Ломбар подробно рассматривает такую цель культурной политики, как распространение французского языка и культуры в мире.

Франсуа Рош[[36]](#footnote-36) – французский ученый и государственный деятель, занимающийся вопросами культурной политики, как в теории, так и на практике. Его взгляды на характерные особенности внешней культурной политики Франции близки позиции Алена Ломбара, однако он предпочитает использовать сравнительный метод в своем исследовании. Он выделяет несколько моделей «культурной дипломатии», характерных для различных государств и сопоставляет их по ряду признаков: какие акторы занимаются реализацией внешней культурной политики, насколько сильна роль государства в этой сфере, какие аспекты культурной политики являются для него приоритетными. На основе этого анализа Франсуа Рош приходит к выводу, что французскую модель культурной дипломатии можно охарактеризовать как «мессианскую» - ей свойственны наличие конкретной стратегии влияния, стремление к культурному сотрудничеству на основе обмена, высокая степень участия государственных институтов во внешней культурной политике.

На основе эволюционного подхода исследует внешнюю культурную политикуФилипп Пуаррье, французский историк и специалист по истории культуры в современной Европе. Он, прежде всего, стремится показать, как менялась деятельность государства по реализации внешней культурной политики во Франции: его монография «Государство и культура в XXвеке»[[37]](#footnote-37) рассматривает период 1936-1999 годов. Исследователь выделяет четыре хронологических периода в истории Франции XXвека, когда, по его мнению, происходили ключевые изменения в модели культурной политики.

Перечисленные работы отличаются комплексным подходом к изучению внешней культурной политики Франции и освещают как её исторические аспекты, так и современные вопросы.

Также отдельного внимания заслуживают научные работы, посвященные внешней культурной политике современной Франции. Как правило, исследователи делают акцент, на новых вызовах и проблемах, мешающих успешной реализации французской культурной политики, анализируют её сильные и слабые стороны, а также предлагают возможные варианты её реформирования. Среди наиболее интересных работ, затрагивающих данную тему, можно отметить работы Ф. Мартеля, А. Мирлесса и А. Англада, Э. Лемье, заостряющие особое внимание на проблемах внешней культурной политики Франции в контексте глобализации.

Исследователь и политический журналист Фредерик Мартель в своей статье «Почему Франция проиграет в борьбе “мягкой силы”»[[38]](#footnote-38) делает акцент на том, что феномен глобализации недостаточно принимается во внимание при определении стратегии внешней культурной политики Франции, что ведет к уменьшению интереса к её культуре в мире. Для обозначения феномена глобализации автор нередко прибегает к термину «мондиализация», характерному для французского политологического дискурса.Автор представляет свое видение путей решения данной проблемы. В частности, он подчеркивает необходимость использования современных технологий в сфере внешней культурной политики, а также призывает отделять сферу внешней культурной политики от дипломатии.

Аналогичных взглядов придерживается другой французский исследователь, публицист, Эмануэль Лемье – даже его статья имеет похожее название – «Новая колониальная война. Проиграет ли Франция войну за мягкую силу?»[[39]](#footnote-39). Исследователь полагает, что реформа сети учреждений культуры Франции за рубежом, проводившаяся в 2009 году, не оправдала ожиданий, возложенных на неё. Кроме того, Э. Лемье в своей статье делает акцент на том, что внешняя культурная политика Франции не отвечает новым вызовам эпохи глобализации.

Глубокий анализ институциональных проблем современной внешней культурной политики Франции осуществлен в работе Александра Мирлесса и Артура Англада[[40]](#footnote-40), преподавателей Национального института политических исследований. Они также обращают внимание на её институциональные проблемы. В частности, исследователи видят слабость внешней культурной политики в излишней централизации, когда деятельность в этой области осуществляется под контролем Министерства иностранных дел и Министерства Культуры и коммуникации.

Безусловно, интерес исследователей к проблемам эффективности внешней культурной политики Франции оказывает влияние на практические вопросы её реализации. Так, дискуссии французских ученых во многом привели к переосмыслению концепции культурной дипломатии на государственном уровне, что выразилось в её реформе, осуществленной в 2010-2013 годах. Тем не менее, проблема развития культурной дипломатии остаётся актуальной темой в академических кругах.

Говоря о внешней культурной политике как об объекте научного дискурса, важно обратить внимание на то, что французские исследователи до сих пор не разработали единого понятийно-категориального аппарата в данной области знания. Так, в научной литературе могут использоваться различные термины, определяющее данное явление, например, «внешняя культурная политика» (politique culturelle extérieure), «культурная дипломатия» (diplomatie culturelle). Однако большинство французских исследователей приходит к общему выводу, что «культурная дипломатия» - слишком узкий термин, подразумевающий продвижение культуры только через деятельность дипломатов[[41]](#footnote-41). Соответственно, эта деятельность носит, скорее, односторонний характер и не включает в себя двусторонние и многосторонние культурные обмены. Таким образом, более правильным и точным считается использование термина «внешняя культурная политика». Тем не менее, возникают определенные сложности в использовании и этого понятия: например, французский политолог и социолог С. Гразиани[[42]](#footnote-42) в статье «Культурная политика как объект исследования» задает вопрос о том, насколько правомерно использовать термин «культурная политика» в единственном числе, если на сегодняшний день она характеризуется многообразием акторов, стратегий и подходов. Не правильнее ли будет говорить о наличии сразу нескольких «внешних культурных политик», так как они проводятся одновременно на нескольких уровнях?

В настоящее время получило особую популярность понятие «дипломатия влияния» (diplomatie d'influence), которому отводится основное место для обозначения деятельности по продвижению культуры Франции в мире. Данный термин появился в 2008-2009 годах[[43]](#footnote-43) и стал своеобразной альтернативой теории «мягкой силы» Джозефа Ная. Концепция дипломатии влияния пришла на смену традиционной для Франции концепции «культурного воздействия», предполагающей односторонний характер действий государства. В отличие от неё, «дипломатия влияния» делает особый акцент на многостороннем сотрудничестве в контексте глобализации, двустороннем партнерстве, когда каждая сторона оказывает своё воздействие.

В отличие от французских научных кругов, где интерес к изучению внешней культурной политики появился около 50 лет назад, правительство Франции одним из первых стало рассматривать распространение национальной культуры в качестве инструмента внешней политики. Первые примеры реализации культурной дипломатии Франции можно найти еще в XVI веке, когда французское правительство при Франциске I стало оказывать поддержку христианам, проживающим в Османской империи[[44]](#footnote-44). Также можно вспомнить о католических миссиях Людовика XIII и Людовика XIV в Канаде (середина XVII - начало XVIII вв.), влиянии идей французских просветителей на Фридриха II и Екатерину II в XVIII столетии.[[45]](#footnote-45) Однако только к середине XIX века на смену культурной дипломатии пришла внешняя культурная политика. Это связано с тем, что Франции начинает институциональное оформление этой деятельности, создаются государственные органы, занимающиеся вопросами распространения французской культуры за рубежом. Большое значение здесь имело начало государственного субсидирования в 1848 году работы исследовательских миссий в Африке и образование в 1850 году при МИД Французской республики Службы поддержки литературной и артистической собственности, ставшей первой государственной службой, направленной на поддержку и продвижение французской культуры за рубежом[[46]](#footnote-46).

В настоящее время внешняя культурная политика Франции реализуется в рамках нескольких направлений, наиболее важными из которых являются расширение аудиовизуального присутствия в мире, продвижение и распространение французского языка, развитие научного и академического сотрудничества. Развитие международного туризма также одно из приоритетных направлений внешней культурной политики Франции. Это не только источник дохода страны, но и еще очень хороший способ популяризации культуры, культурного наследия и языка Франции, укрепление ее благоприятного имиджа в мире. На сферу туризма приходится 7,3% ВВП страны, Франция устойчиво занимает первое место в мире по количеству прибывающих туристов – 84,5 млн. человек. Ежегодно в стране организуется более 4000 культурных мероприятий, в которых участвует около 300 млн человек[[47]](#footnote-47).

Как было отмечено ранее, политический дискурс современной Франции характеризуется большим разнообразием терминов, определяющих внешнюю культурную политику. Аналогичная ситуация характерна и для официальных документов органов власти Франции: Сената, Национальной Ассамблеи, МИД Французской Республики, подчиняющихся ему агентств можно встретить различные термины. Так, МИД Французской Республики использует термины «культурная дипломатия» (diplomatie culturelle) и «внешняя культурная политика» (politique culturelle extérieure) как синонимы[[48]](#footnote-48). Кроме того, также довольно часто встречается термин «дипломатия влияния»[[49]](#footnote-49) (diplomatie d’influence).

На сайте и в официальных документах Французского института – основного актора внешней культурной политики Французской Республики[[50]](#footnote-50)– используются также термины «международная культурная деятельность» (action culturelle internationale) и «внешняя культурная деятельность» (action culturelle extérieure). В частности, Французский институт определяется как «оператор внешней культурной деятельности», с помощью которого реализуется цели культурной дипломатии. Таким образом, в данном контексте, термин «культурная дипломатия» имеет более широкое значение.

В официальных документах Сената также прослеживается тенденция к использованию термина «культурная дипломатия» и «дипломатия влияния» вместо «внешней культурной политики».

Таким образом, рассмотрев понятие «внешней культурной политики» в научном и политическом дискурсе современной Франции, можно прийти к нескольким выводам. Во-первых, важно отметить, что интерес к данному явлению в политических кругах проявился намного раньше, чем в научных – практическое применение предваряло теоретическое исследование. Кроме того, отсутствие комплексных теоретических трудов, изучающих феномен «внешней культурной политики» в целом привело к тому, что у французских исследователей отсутствует общий понятийно-категориальный аппарат в данной области знания. Правительственные органы Франции также не пришли к единому определению для внешней культурной политики, что выражается в наличии одновременно нескольких терминов в документации различных институтов. Приоритетными направлениями внешней культурной политики Франции на современном этапе являются лингвистическая политика, аудиовизуальное направление, научное сотрудничество и международный туризм.

**1.2 Нормативно-правовая основа внешней культурной политики Франции**

Несомненно, исследование внешней культурной политики современной Франции невозможно представить без изучения её нормативно-правовой основы, которая включает в себя концептуальные источники, а также двусторонние и многосторонние договоры.

Характерной чертой «французской модели» внешней культурной политики является отсутствие единой государственной стратегии по её реализации. Вместо этого вопросы внешней культурной политики Франции находят отражение в документах различных ведомств. Данные нормативно-правовые источники можно разделить на несколько групп.

Во-первых, это законопроекты, информационные доклады и отчеты Сената и Национальной Ассамблеи, в которых разрабатываются общие основы проведения внешней культурной политики, а также бюджетные законопроекты, в которых определяются объем и структура финансирования данной сферы. В качестве примера подобного источника можно рассмотреть Заключение комитета по иностранным делам, по вопросам обороны и Вооруженных сил о законопроекте по бюджету 2017 года[[51]](#footnote-51).

Данный документ касается вопросов финансирования различных программ культурной дипломатии. В нём приведены статистические данные, позволяющие сделать вывод о том, какие направления внешней культурной политики Франции являются наиболее приоритетными. Так, большая часть финансирования (55,6%) приходится на лингвистическое направление внешней культурной политики – продвижение французского языка за рубежом. Следующее по важности направление – сотрудничество в области высшего образования, на которое приходится 13,4% финансирования. Также стоит отметить сотрудничество в области культуры и искусства (9%) и туристическое направление внешней культурной политики (4,6%).

Международному туризму посвящена отдельная глава в данном документе. В ней приводятся статистические данные по количеству туристов, прибывающих из-за границы во Францию, прогнозы Всемирной туристской организации (ВТО) по развитию международного туризма, информация о вкладе международного туризма в национальную экономику. Много внимания также уделяется современным проблемам французского туризма. Так, отчёт демонстрирует изменения в количестве прибывающих иностранных туристов после террористических актов, совершенных во Франции в период между ноябрем 2015 года и июлем 2016 года. Кроме того, определяются 5 главных шагов по развитию международного туризма: повышение качества туристических услуг через введение новых стандартов сервиса, развитие инфраструктуры по приёму туристов (вокзалы, аэропорты), распространение информационных технологий в области туризма (совершенствование интернет-сайтов, расширение сети wi-fi в общественных местах), повышение качества образования в области туризма, увеличение финансирования международного туризма на 42, 7 млн. евро.[[52]](#footnote-52) Включение туризма в качестве самостоятельного направления в Проект закона бюджете говорит о том, что французское правительство видит в нем большой потенциал для решения задач внешней культурной политики страны на ближайшую перспективу.

Следующую группу нормативно-правовых источников внешней культурной политики Франции представляет отраслевая документация Министерства иностранных дел, Министерства культуры и коммуникации, Министерства по делам молодежи и спорта, Министерства экономики и финансов, а также подчиняющихся им отраслевых организаций, например, таких, как Главная дирекция по вопросам общемирового значения, культуре, образованию и международному развитию при Министерстве иностранных дел (Direction générale de la mondialisation, de la culture, de l’enseignement et du développement international- DGM), Агентство по вопросам образования за рубежом при Министерстве иностранных дел (L'Agence pour l'enseignement français à l'étranger - AEFE).Данные документы представляют собой стратегии и программы по различным направлениям внешней культурной политики, в которых определены конкретные формы и средства их реализации.

Среди подобных источников можно выделить совместную программу[[53]](#footnote-53) Министерства по делам городов, молодежи и спорта и Комитета Франции по международному спорту (CFSI), целью которой является усиление влияния французского спорта на международной арене, укрепление влияние французских спортивных федераций в международной среде.

Министерство культуры и коммуникации также разрабатывает программы, направленные на распространение французской культуры, а также на поддержку культурного разнообразия в мире. Поэтому его документацию также необходимо учитывать при проведении анализа документальных основ внешней культурной политики Франции. Например, стоит отметить программу «Одиссей» (Odyssee )[[54]](#footnote-54), действующую в сфере культурного обмена. С момента её создания в 2003 году более чем 500 участников из 73 стран смогли получить гранты для осуществления своих проектов в области музыки, кино, архитектуры, театра, фотографии, журналистики.

Деятельность Министерства экономики и финансов Франции также включает отдельные направления внешней культурной политики, в особенности, международный туризм. Так, под руководством данного министерства была создана Программа 134[[55]](#footnote-55) «Развитие предприятий и туризма», одной из целей которой является увеличение предложения в области туризма и развитие социального туризма. Более подробно данная программа будет рассмотрена во второй части работы.

Министерство иностранных дел Франции и его подразделения играют ведущую роль в разработке стратегий развития внешней культурной политики. Данные стратегии касаются лингвистического, артистического, научного, образовательного и туристического направлений культурной политики. В качестве примера можно рассмотреть Программу 185[[56]](#footnote-56) «Культурная дипломатия и дипломатия влияния» в рамках проекта «Внешняя политика государства»[[57]](#footnote-57). Цель данной программы – усиление экономических, политических и культурных позиций Франции в мире. В качестве региональных приоритетов для сотрудничества выбраны развивающиеся страны (Индия, Китай, Россия, Бразилия, ЮАР, Индонезия, Вьетнам, Мексика, Турция), а также страны Средиземноморского региона. Программа 185 определяет несколько ключевых направлений культурной дипломатии Франции: повышение инвестиционной привлекательности страны, продвижение французского образования за рубежом, повышение привлекательности французского языка в мире, усиление французского культурного влияния, развитие международного сотрудничества в сферах науки и образования, продвижение международного туризма.

Далее необходимо выделить документы французских учреждений культуры, действующих за рубежом, например, Французского института, Французского Альянса. Эти источники позволяют ознакомиться с конкретными мероприятиями, проектами, проводимыми в сфере внешней культурной политики Франции. Например, каждый год Французский институт публикует отчет о своей деятельности, информируя о проведенных мероприятиях в различных сферах[[58]](#footnote-58). Таким образом, данная группа источников демонстрирует реализацию внешней культурной политики на практике.

Следующую группу источников представляет документация таких акторов внешней культурной политики, как музеи, художественные галереи, театры, университеты, библиотеки и другие учреждения культуры, науки и образования, которые также занимаются международным культурным сотрудничеством в своей сфере. В качестве примеров можно привести программы Лувра, музея Д’Орсе, Национального центра искусств имени Жоржа Помпиду в области художественных обменов, документы по внешним связям крупнейших французских университетов – Сорбонны, Страсбургского университета, Политехнической школы. Эти акторы играют важную практическую роль в реализации внешней культурной политики каждый в своем направлении деятельности.

Еще одна группа нормативно-правовых источников представлена документацией международной организации Франкофонии – важного актора в реализации лингвистического направления внешней культурной политики Франции. Особое внимание стоит обратить на Хартию Франкофонии[[59]](#footnote-59) – документ, определяющий институциональные и юридические основы организации, - и на Программу международной организации Франкофонии на 2015-2018 годы[[60]](#footnote-60), в которой содержатся основные цели и задачи организации в области поддержки французского языка, защиты культурного и языкового многообразия, сотрудничества в сфере науки и образования.

Рассмотрев стратегии и программы внешней культурной политики Франции, необходимо обратиться к её договорным источникам, к которым относятся международные договоры, протоколы, конвенции, содержащие нормы международного права; двусторонние договоры и соглашения между Францией и другими государствами; документация международных организаций, участником которых является Франция.

Во-первых, рассмотрим многосторонние договоры и договоры универсального характера в сфере культуры. К ним относятся Гаагская конвенция о защите культурных ценностей в случае вооружённого конфликта 1954 года[[61]](#footnote-61), Декларация принципов международного культурного сотрудничества от 4.11.1966 года[[62]](#footnote-62), Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия 1972 года[[63]](#footnote-63) и т.д. Франция ратифицировала данные международные договоры. Эти источники содержат основополагающие нормы в области культурного сотрудничества, определяя общий порядок взаимодействия государств.

Также необходимо выделить группу источников, связанных с отраслью авторского права. К ним относятся Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений 1886 года[[64]](#footnote-64), Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 года[[65]](#footnote-65), Всемирная конвенция об авторском праве 1952 года[[66]](#footnote-66), Договор ВОИС (Всемирная организация интеллектуальной собственности) по авторскому праву 1996 года[[67]](#footnote-67), Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам 1996 года[[68]](#footnote-68) и т.д. Данный тип источников обретает всю большую важность в связи интенсификацией межгосударственных отношений в сфере культуры.

Следующую группу договорных источников представляет документация международных организаций, осуществляющих свою деятельность в области культурного сотрудничества – ЮНЕСКО, Международный Совет музеев, Международный Олимпийский Комитет, Всемирная туристская организация (ВТО). В частности, основополагающими документами, относящимся к сфере международного туризма, являются многочисленные документы ВТО – Гаагская[[69]](#footnote-69) и Манильская[[70]](#footnote-70) декларации по международному туризму, Хартия туризма[[71]](#footnote-71) и т.д. Документы международных организаций определяют общие тенденции международного культурного сотрудничества, обращают внимание на проблемы, стоящие перед мировым сообществом, в этой области, а также предлагают механизмы их решения.

Далее следует обратиться к региональным международным договорам, в которых участвует Французская республика. К ним относятся, прежде всего, Европейская культурная конвенция 1954 года[[72]](#footnote-72), направленная на защиту и поощрение развития европейской культуры; Европейская конвенция об охране археологического наследия[[73]](#footnote-73), подписанная госу­дарствами — членами Европейского совета в 1969 году; Европейская конвенция о совместном кинематографическом производстве 1992 года[[74]](#footnote-74), Европейская конвенция об охране аудиовизуального наследия 2001 года[[75]](#footnote-75).

Следующую группу источников представляют двусторонние договоры и соглашения между государствами. Данные источники определяют общий порядок межгосударственных отношений во всех областях, однако, как правило, содержат и указания о двустороннем культурном сотрудничестве. Например, статья 17 договора о сотрудничестве между Российской Федерацией и Французской Республикой от 1992 года[[76]](#footnote-76) посвящена развитию отношений двух стран в области культуры, искусства, образования. Елисейский договор 1963 года между Францией и Германией[[77]](#footnote-77) также содержит положения о сотрудничестве в области научных исследований и преподавании французского и немецких языков.

Кроме того, необходимо выделить соглашения и договоры о культурном и научно-техническом сотрудничестве, заключенные между Французской республикой и другими государствами. В качестве примеров можно упомянуть Соглашение о сотрудничестве в области кино 1962 года между Францией и Испанией[[78]](#footnote-78), Соглашение о научном и техническом сотрудничестве между Францией и США 2010 года[[79]](#footnote-79), Соглашение о сотрудничестве в области языковой политики между Францией и КНР 2015 года[[80]](#footnote-80).

В сфере международного туризма также действуют двусторонние договоры, например, Соглашение о сотрудничестве в области туризма между Францией и Филиппинами 2015 года[[81]](#footnote-81), Декларация намерений между Францией и Коста-Рикой в области продвижения туризма[[82]](#footnote-82).

Таким образом, внешняя культурная политика Франции характеризуется большим количеством как концептуальных, так и договорных источников, действующих на различных уровнях. Отсутствие единой стратегии по её реализации, участие различных акторов в разработке документов, с одной стороны, делают управление внешней культурной политикой более гибким, децентрализованным, с другой, - затрудняют её исследование. Кроме того, обширный корпус международных и двусторонних договоров по общим и специфическим вопросам внешней культурной политики способствуют её эффективной реализации. Вопросы международного туризма рассматриваются в многочисленных концептуальных и нормативных источниках, что свидетельствует о значении этого направления для внешней культурной политики Франции.

**1.3.** **Акторы внешней культурной политики Франции**

Современная модель внешней культурной политики Франции во многом обусловлена особенностями её исторического развития. Франция является государством, которое одним из первых стало заниматься вопросами распространения культурного влияния. Уже в конце XIX века создаются специализированные службы для продвижения французского языка и культуры: Альянс Франсез, основанный в 1883 году, Французская светская миссия, учрежденная в 1903 году для распространения светского образования путем создания французских школ[[83]](#footnote-83).

Таким образом, исторически сложившаяся активная роль государства в области культуры оказала влияние на современную французскую модель внешней культурной политики с её централизованным способом управления.

К числу государственных акторов, занимающихся вопросами внешней культурной политики, относятся Сенат и Национальная Ассамблея, различные министерства - Министерство иностранных дел, Министерство культуры и коммуникаций, Министерство высшего образования и исследований, Министерство по делам молодежи и спорта. Также важно отметить роль таких организаций, как Французский институт и CampusFrance, находящихся в межминистерском подчинении.

В настоящее время во Франции также возрастает роль общественных организаций как акторов внешней культурной политики. За последние два десятилетия данные организации всё чаще участвуют в международных культурных проектах. Их деятельность включает в себя книжные и художественные обмены, продвижение французского кинематографа, музыки, фотографии, театрального искусства. Особую роль здесь играет Французский альянс.

Далее следует выделить французские средства массовой информации, ведущие свою деятельность за рубежом – телеканалы France-24, TV5 Monde, радио FranceInternationale.

Следующую группу акторов внешней культурной политики представляют различные фонды, которые участвуют в организации международных культурных проектов и оказывают им финансовую поддержку – например, Национальный фонд современного искусства, Фонд музыкального творчества, фонд Картье, фонд Виттона.

Также нужно выделить акторов, связанных с развитием международного туризма как части внешней культурной политики Франции - Агентство по туристическому развитию Франции «AtoutFrance», Национальный совет по туризму (Conseil national du tourisme), Структура, цели и функции специализированных организаций в области международного туризма будут освещены во второй части работы.

**Сенат и Национальная ассамблея Франции** занимаются разработкой общей стратегии внешней культурной политики, определяют основные векторы для её развития, а также определяют порядок и размеры её финансирования. Сенат рассматривает и принимает законопроекты в сфере международного культурного сотрудничества, принимает решения о ратификации международных договоров в данной области. Общими стратегическими вопросами внешней культурной политики занимаются постоянные комиссии Сената – Комиссия по делам культуры, образования и коммуникации, Комиссия по иностранным делам, а также Комиссия по Европейским делам. Эксперты в данных Комиссиях занимаются определением наиболее перспективных направлений для развития внешней культурной политики, а также консультируют членов Сената по бюджетным вопросам. Национальная ассамблея в ходе своих заседаний также затрагивает отдельные аспекты проведения внешней культурной политики.

**Министерство иностранных дел Французской республики** традиционно играет главенствующую роль в осуществлении внешней культурной политики страны. Еще в 1909 году при МИД Франции учреждается Служба по управлению школами и благотворительными учреждениями[[84]](#footnote-84) (Service des écoles et des œuvres françaises) – первая специализированная служба при министерстве, занимающаяся вопросами культурной политики.

В настоящее время большинство задач по реализации внешней культурной политики возложено на Главную дирекцию по вопросам общемирового значения, культуре, образованию и международному развитию (Direction générale de la mondialisation, de la culture, de l’enseignement et du développement international (DGM))[[85]](#footnote-85), действующую в рамках МИДа. Она была создана в 2009 году в результате министерской реформы и пришла на смену Главной дирекции по международному сотрудничеству и развитию, действовавшей с 1997 года[[86]](#footnote-86). Изначально она получила название Главной дирекции по вопросам общемирового значения, развитию и сотрудничеству, однако впоследствии оно было немного изменено.

Данная служба является одной из трех главных дирекций при Министерстве иностранных дел. В свою очередь, она подразделяется на три дополнительные дирекции, каждая из которых занимается своим конкретным направлением: Дирекция по вопросам предприятий, международной экономики и продвижения туризма, Дирекция по устойчивому развитию, Дирекция по делам культуры, образования, исследований и культурной сети.

В число функций Дирекции по вопросам общемирового значения, культуре, образованию и международному развитию входят реализация государственной стратегии в области науки, образования, продвижения французского языка и культуры; бюджетное планирование для осуществления международных программ культурного сотрудничества; координация действий операторов французской внешней культурной политики, включая и негосударственные акторы.

Деятельность МИД Франции охватывает все направления внешней культурной политики, среди которых особое внимание уделяется политике в области творческой деятельности, производству и продаже книг, высшему образованию и межуниверситетскому сотрудничеству, лингвистическому и аудиовизуальному направлениям. Перечисленные направления реализуются как в традиционных формах, например, гастрольная, выставочная, фестивальная деятельность, так и в инновационных проектах.

При осуществлении различных проектов международного культурного сотрудничества Министерство, как правило, тесно сотрудничает с французской культурно-образовательной сетью за границей и её основными операторами – Французскими альянсами, культурными центрами, французскими образовательными учреждениями, находящимися за границей.

Следующий актор внешней культурной политики Франции, который необходимо рассмотреть – **Министерство культуры и коммуникации**. Нужно подчеркнуть, что долгое время данное министерство занималось культурной политикой исключительно на национальном уровне. Однако в 90-е годы министерство получает более широкие полномочия[[87]](#footnote-87). Так, Декрет от 11 июня 1997 года[[88]](#footnote-88) утвердил новые функции министерства, позволив ему более активно заниматься вопросами международного культурного сотрудничества.

В течение следующих двух десятилетий Министерство культуры и коммуникации играет все большую роль во внешней культурной политике страны, став вторым по значимости актором в этой области, после Министерства иностранных дел. Это связано, прежде всего, с проведенной в 2010 году реорганизацией[[89]](#footnote-89) Министерства, в результате чего международная деятельность стала занимать больше места в его работе.

Сейчас в состав министерства входят Секретариат, Главная дирекция по культурному наследию, Главная дирекция по вопросам художественного творчества, Главная дирекция средств массовой информации и культурной индустрии, Главная делегация по французскому языку и языкам Франции. Кроме того, Министерство имеет общие с МИДом межминистерские структуры, например, Французский институт.

Главными направлениями международной деятельности Министерства культуры и коммуникации являются сотрудничество в области кино, театра, музыки, изобразительного искусства, защита культурного наследия, лингвистическое сотрудничество, профессиональное творческое образование, аудиовизуальная деятельность. Министерство взаимодействует в указанных сферах со многими странами, однако особенное внимание уделяется сотрудничеству в рамках Европейского Союза, поэтому большая часть проектов Министерства действует только в пределах Европы.

**Министерство высшего образования и исследований** и **Министерство по делам городов, молодежи и спорта**участвуют во внешней культурной политике в меньшей степени, чем МИД и Министерство культуры и коммуникации, однако их деятельность также затрагивает вопросы международного культурного сотрудничества.

В рамках **Министерства по делам городов, молодежи и спорта** международной деятельностью занимается учрежденный в 2012 году Французский комитет по делам международного спорта[[90]](#footnote-90).Его главными задачами являются организация и проведение международных спортивных мероприятий, распространение французского спорта в мире, повышение влияния французских спортивных федераций на международном уровне.

**Министерство высшего образования и исследований**занимается вопросами внешней культурной политики в области образования и науки. Деятельность министерства осуществляется по нескольким приоритетным направлениям: поддержка академической и научной мобильности, двустороннее и многостороннее научное партнерство, учреждение стипендиальных программ и стажировок, содействие признанию иностранных документов о высшем образовании[[91]](#footnote-91).

Наряду с министерствами внешней культурной политикой занимаются и различные государственные агентства, которые либо напрямую подчиняются конкретному министерству, либо находятся в межминистерском подчинении. Они занимаются более узкими, практическими вопросами реализации культурной политики. Среди данного типа акторов главными операторами внешней культурной политики являются Французский институт и CampusFrance.

**Французский институт** (L’Institut français) был создан в 2010 году, придя на смену агентству CulturesFrance. Французский институт задумывался как оператор внешней культурной политики, ведущий свою деятельность вместе с французскими учреждениями культуры, находящимися за рубежом. В настоящее время в мире насчитывается 98 французских институтов. В задачи данной организации входит содействие международным художественным обменам, распространение кино- и аудиовизуальной продукции Франции, поддержка культуры в развивающихся странах, повышение интереса к изучению французского языка, развитие культурного диалога между странами через организацию «культурных сезонов», перекрестных годов культуры; содействие международной мобильности в сфере творчества, защита европейского культурного многообразия[[92]](#footnote-92).

Агентство **CampusFrance[[93]](#footnote-93)** было создано в 2010 году для продвижения французского высшего образования и развития академической и научной мобильности. Деятельность агентства включает несколько важных направлений: помощь иностранным студентам в выборе французских вузов и учебных программ, организация их пребывания во Франции; решение административных вопросов, предоставление информации о стипендиальных программах и программах стажировок. Агентство сотрудничает с университетами, Высшими и инженерными школами Франции.

Характерной чертой внешней культурной политики Франции является наличие обширной заграничной культурно-образовательной сети. Она представлена различными институтами. Во-первых, это дипломатические учреждения – 163 посольства и 91 консульство, а также 16 представительств в международных организациях[[94]](#footnote-94). Во-вторых, сеть Французских институтов, Французских альянсов, франко-национальных центров. В-третьих, это образовательные учреждения, например, представительства CampusFrance, образовательные учреждения, находящиеся за пределами Франции. Также нужно выделить научную сеть, представленную исследовательскими институтами и службами.

В настоящее время во внешней культурной политике Франции всё большую роль играют общественные организации. Они занимаются, как правило, одним достаточно узким направлением, и их деятельность координируется Французским институтом, МИДом или Министерством культуры и коммуникации. К ним относятся, например, Международное бюро французского издания, Национальный центр кино и анимационных изображений.

На рубеже XX-XXI веков быстро развивается новое направление внешней культурной политики Франции – аудиовизуальная сфера. Поэтому необходимо указать акторы, реализующие политику в этой области. Прежде всего, это французские средства массовой информации, вещающие за рубежом. К ним относятся телеканал TV5Monde – первый международный франкоязычный канал телевидения, круглосуточный канал международных новостей France24, созданный в 2006 году, Радио «Франс Интернасиональ» (RFI). Кроме того, нужно отметить информационное агентство France-Press (AFP), являющееся самым крупным франкоязычным агентством и третьим в мире по значимости[[95]](#footnote-95).

Также во внешней культурной политике Франции участвуют различные фонды, обеспечивая дополнительное финансирование концертной, художественной, театральной, образовательной деятельности.Наиболее активно поддерживают культуру Национальный фонд современного искусства, Фонд музыкального творчества, Фонд помощи экспансии французской прессы за рубежом.

Таким образом, система управления внешней культурной политикой Франции характеризуется большим числом акторов, представленных как государственными институтами, так и общественными, неправительственными учреждениями. Тем не менее, государственные структуры, такие, как Министерство иностранных дел и Министерство культуры и коммуникации продолжают играть главную роль в планировании и реализации внешней культурной политики. В то же время возрастание роли общественных организаций говорит о происходящем в данный момент процессе либерализации и децентрализации французской культурной политики.

Подводя итоги первой главы работы, можно сформулировать следующие выводы. Понятие «внешняя культурная политика» достаточно давно стало частью научного дискурса во Франции, что обусловлено продолжительной историей развития культурной дипломатии в стране. Вместе с тем, мы наблюдаем отсутствие единого понятийно-терминологического аппарата, что приводит к смешению понятий как в научных исследованиях, так и в политических документах.

Еще одна особенность внешней культурной политики Франции - существование множества концептуальных источников, каждый из которых рассматривает только определенное направление международной деятельности в области культуры. С одной стороны, эта характерная черта позволяет добиться автономности акторов внешней культурной политики, но в то же время – не даетее полной картины, представляет лишь фрагментарное видение. Интересно, что при отсутствии единой стратегии роль государственных институтов в проведении внешней культурной политики остается традиционно высокой, хотя за последние 20 лет общественные организации стали более активно заниматься данным видом деятельности.

Также необходимо отметить и большое число акторов, характерных для французской внешней культурной политики: это и органы высшей законодательной власти, и министерства, и зарубежные культурные центры, и учреждения культуры, и общественные организации. Вовлечение столь широкого и разнообразного круга акторов в решение задач внешней культурной политики подтверждает важность этого направления внешнеполитической деятельности для Франции.

**Глава 2. Международный туризм как направление внешней культурной политики Франции в начале XXI века**

**2.1. История развития международного туризма в контексте внешней культурной политики Франции**

Без сомнения, люди путешествовали еще со времён древних цивилизаций Востока и Средиземноморья. Однако достаточно сложно определить отправную точку для зарождения международного туризма в современном значении данного понятия, так как до середины XIX века поездки людей за границу носили неорганизованный, ограниченный характер, ведь путешествовала только небольшая категория людей – знатные люди, деятели искусств, студенты и дипломатические посланники.

Точки зрения на то, когда именно международный туризм зарождается в Европе, заметно отличаются друг от друга. Одни учёные связывают его появление с традициями паломничества в Святую Землю в IV-V века, другие – полагают, что определенная культура туризма развивалась еще в период расцвета Древнего Рима. Известно, что уже в I веке до н.э. римляне предпочитали проводить свободное время на собственных виллах, расположенных в курортных городах Помпеи, Геркуланум и др.[[96]](#footnote-96) Тем не менее, большинство исследователей придерживаются мнения, что только XIX век с быстрым промышленным развитием положил начало международному туризму. Более того, сами термины «турист» и «туризм» появляются только в начале XIX века - сначала в английском, а затем через несколько лет и во французском языке[[97]](#footnote-97). Общепринятой датой начала современного туризма считается 1841 год, когда баптистский пастор Томас Кук организовал массовую экскурсию на поезде для членов своей паствы по графствам Англии. Чуть позже, в 1850-х года, Т. Кук организовал для англичан поездки в Париж, морские круизы.

Зарождение международного туризма во Франции связано с феноменом «гранд-тура» (XVIII век), когда молодые английские аристократы отправлялись в путешествие по европейским странам, в число которых обязательно входила Франция, наряду с Германией, Швейцарией и Италией. Однако деятельность в области международного туризма в то время никак не регламентировалась государством и носила, скорее, неорганизованный, самодеятельный характер.

Первые шаги в области международного туризма во Франции осуществляются в 1850-е годы, когда начинается строительство бальнеологических курортов в Аркашоне и Довиле[[98]](#footnote-98). Франция также перенимает опыт Великобритании, где к середине века создаются учреждения по организации и реализации массовых туристических поездок.

Вслед за развитием международного туризма и увеличением числа иностранных путешественников появляется необходимость в его координации. Первоначально деятельность в этой сфере осуществляется на местном уровне. Так, например, в 1875 году в небольшом французском городе Жерарме городская коммуна учредила Общество пеших прогулок[[99]](#footnote-99). Но наиболее важный шаг – создание в 1889 году в Гренобле первого французского Офиса по туризму (Office de Tourisme). Офис по туризму был учрежден для того, чтобы повышать привлекательность места, принимать путешественников, предоставлять им необходимую информацию. Организация сотрудничала с государственными органами, профессиональными ассоциациями, общественными учреждениями, чтобы достичь своих целей – например, построить железную дорогу, получить финансирование для сохранения культурного наследия, проведения культурных и спортивных мероприятий, рекламных кампаний[[100]](#footnote-100).

До начала XX века общественные организации и частные лица играют основную роль в процессе структурного оформления международной туристической деятельности во Франции. В 1890 году появляется французский Туристический клуб (Touring Club) — гражданская организация, созданная с целью развития туризма во Франции, а впоследствии в ее колониях. Клуб участвовал в создании Библиотеки туризма и путешествий (Bibliothèque du tourisme et des voyages), издавал путеводители для туристов с информацией о гостиницах, пеших и велосипедных маршрутах, занимался установкой дорожных указателей. До 1980-х годов Клуб играл значительную роль в развитии инфраструктуры французского туризма[[101]](#footnote-101). В конце XIX века компания «Мишлен» также составляет первые дорожные атласы, а в 1900 году публикует свой первый «Красный путеводитель» (Le Guide Rouge) – существующий до сих пор один из самых влиятельных ресторанных рейтингов[[102]](#footnote-102).

На национальном уровне первым шагом по организации международного туризма стало создание Национального офиса по туризму (Office national du tourisme) в 1910 году[[103]](#footnote-103), объединившему все существовавшие на тот момент офисы в разных городах Франции. Сразу же вслед за ним учреждается Верховный Совет по туризму (Conseil supérieur du tourisme) – консультативный орган, состоявший из 50 членов (впоследствии их число увеличится до 122).

Изначально бюджет Национального офиса по туризму был очень скромным, его деятельность велась за счет финансовой помощи от Туристического клуба, государственных субсидий и дополнительного налога за пребывание туристов. В задачи этого учреждения входили централизованное решение вопросов, связанных с туризмом, сотрудничество с ассоциациями по вопросам транспорта и приема туристов, размещение рекламы за рубежом.

Полномочия Национального офиса по туризму были расширены согласно закону от 24 сентября 1919 года[[104]](#footnote-104), а также был определен размер его государственного финансирования. Кроме того, в законе была дана классификация курортов Франции. В 1919 году также появляется первый французский Офис по туризму за границей - он был открыт в Барселоне. В дальнейшем подобные организации открываются в Великобритании, а затем в Швейцарии[[105]](#footnote-105).

Важно отметить, что в период 10-х-20-х гг. XX века управление туризмом осуществлялось достаточно просто: Национальный офис по туризму находился в подчинении у Центральной комиссии по общественным работам (Administration centrale des Travaux publics) и относился к Министерству общественных работ[[106]](#footnote-106).

В целом, в начале XX века туристическая деятельность во Франции достаточно быстро развивается, и страна становится одним из популярных направлений для иностранных туристов.

Ситуация меняется в 1930-х годах, когда экономический кризис оказал серьезное влияние на количество иностранных туристов во Франции: их число сократилось с 2 миллионов в 1930-м году до 930 тысяч в 1933-м[[107]](#footnote-107). В результате, в 1935 году Офис по туризму был расформирован, так как организация практически перестала получать необходимое финансирование. Вместо неё был учрежден Генеральный Комиссариат по туризму, санаториям и курортам (Commissariat général au tourisme, au thermalisme et au climatisme), который взял на себя только административные функции. Вопросами продвижения туризма стала заниматься новая, специально созданная для этого служба – Национальный центр по расширению туризма, санаториев и курортов (Centre national d’expansion du tourisme, du thermalisme et du climatisme), находившийся в ведении Министерства общественных работ.

После Второй мировой войны деятельность государства во Франции в области международного туризма снова активизируется. Главной целью политики второй половины 40-х годов стало восстановление количества прибывающих иностранных туристов до уровня начала 30-х годов. Эта задача была достигнута в 1949 году, когда количество прибытий составило 2 миллиона человек (показатель 1930-го года).[[108]](#footnote-108) Начиная с этого года количество туристов, прибывающих во Францию, только росло.

Необходимо отметить, что успехи Франции в области международного туризма связаны с успешной политикой, осуществляемой на государственном уровне. Прежде всего, были проведены реформы по управлению туризмом: в 1948 году под руководством Министерства общественных работ и транспорта (Ministère des Travaux publics, des Transports et du Tourisme) создаётся Генеральная Дирекция по туризму, состоящая из четырёх бюро и двух технических служб. Кроме того, учреждается Национальный центр по вопросам туризма (Centre national du tourisme), занимающийся координацией деятельности государственных институтов и общественных организаций.

1959 – 1974 годы стали периодом масштабного строительства туристических объектов, благоустройства морского побережья и развития зимних курортов. О повышении роли туризма в политике Франции свидетельствуют структурные изменения в его управлении: так, в 1962-1968 годах туризм находился в прямом ведении премьер-министра Жоржа Помпиду, что, безусловно, говорит о важности этого направления для всей страны. В 1963 году Францию посетили 6,5 миллионов иностранных туристов.[[109]](#footnote-109)

Развитие международного туризма во Францию и повышение его роли отражается и на законодательном уровне, так как в период 1950-1970-х годов принимаются законы, регулирующие деятельность в этой области: например, закон от 22 июля 1960 года о национальных парках[[110]](#footnote-110), закон от 13 ноября 1965 года о классификации гостиниц и ресторанов[[111]](#footnote-111). Важно подчеркнуть, что государство в этот период развивает активную деятельность в сфере туризма, но при этом учитывает вопросы защиты окружающей среды, а также прав потребителей.

В период 1970-1980 годов основной задачей Франции в области туризма становится благоустройство и охрана прибрежных и горных территорий. В соответствии с этой целью меняется система управления туризмом, в эти годы он находится в ведении следующих министерств:

* в 1968-1974 гг. Министерства по оборудованию и развитию территории (Ministère de l’Équipement et de l’Aménagement du territoire),
* в 1974-1977 гг. Министерства качества жизни (Ministère de la Qualité de la vie),
* в 1977-1978 гг. Министерства культуры и окружающей среды (Ministère de la Culture et de l’Environnement),
* в 1978-1980 гг. Министерства по делам молодежи, спорта и досуга (Ministère et de la Jeunesse, des Sports et des Loisirs)[[112]](#footnote-112).

За тридцать лет, с 1980 года по 2010 год, число иностранных туристов, прибывающих во Францию, увеличилось с 30 до 80 миллионов,[[113]](#footnote-113) что позволило ей стать самым популярным туристическим направлением в мире. Каковы причины такого значительного успеха?

В 1980-х годах меняются и задачи правительства в области туризма, что отражается в административных реформах: с 1984 года вопросами туризма занимается Министерство торговли и ремесел. Именно в 80-х годах XX века туризм признаётся действительно важной сферой деятельности, учитывая его вклад в экономику Франции, который с каждым годом только увеличивался. В эти годы впервые учреждается должность министра, в чьё ведение должно было входить решение вопросов в области туризма (Ministre de l’Industrie, des Postes et Télécommunications et du Tourisme).

Таким образом, необходимо отметить, что до 1980-х годов международной туризм оставался важной сферой интересов Франции, но все же ограничивался лишь внутренним уровнем, так как, в первую очередь, учитывался экономический эффект от развития международного туризма. К середине 1980-х годов туризм постепенно начинает рассматриваться и как немаловажное направление внешней политики, как средство улучшения имиджа Франции, повышения интереса к ее истории, языку и культуре. Таким образом, туризм начинает включаться в сферу внешней культурной политики.

Всё большее значение приобретает деятельность по привлечению иностранных туристов. В результате, в 1986 году создаётся Дирекция туристического сектора (Direction des Industries touristiques) с отдельным департаментом «Образ Франции» («Image de la France»), который занимался формированием благоприятного имиджа страны для привлечения иностранных туристов. Кроме того, Дирекция туристического сектора объединяла под своим началом Национальное агентство по туристической информации и организацию «Bienvenue France» («Добро пожаловать во Францию»). Также была поставлена цель - создание организации «Maison de la France» («Дом Франции») по модели британской организации «British Tourist Authority». Суть данных нововведений заключалась в создании единого организма, с взаимосвязанными, подчиняющимися ему элементами, который будет заниматься продвижением туризма во Франции на международной арене.

Организация «Дом Франции» была основана в 1986 году, а её главной задачей являлось продвижение французского туристического бренда Франции. Она также координировала деятельность своих партнеров - государственных, частных и общественных организаций. «Дом Франции» был представлен 33 офисами в 29 странах. Бюджет организации формировался на 46% из государственных поступлений, а также на 54% из поступлений от частных компаний[[114]](#footnote-114). Большая часть бюджета направлялась на рекламу, установление связей с общественностью, организацию культурных мероприятий с целью сделать французский туристический бренд более узнаваемым.

В 90-е годы учреждаются еще несколько профильных организаций в области туризма. Во-первых, это Национальный центр по исследованию туризма (l’Observatoire national du Tourisme, ONT), созданный в 1993 году и занимающийся, прежде всего, сбором статистики в этой сфере. Кроме того, необходимо выделить Французское агентство по туристической инженерии (L'Agence Française de l'Ingénierie Touristique), учрежденное в том же году. Перед организацией была поставлена задача скорректировать французское туристическое предложение, принимая во внимание происходящие в мире социальные изменения.

Последняя реформа в области туризма была проведена в 2009 году, когда вопросами туризма стало заниматься Министерство экономики и финансов. Кроме того, важно отметить создание специализированной организации Atout France, или Агентства по туристическому развитию Франции, занимающейся вопросами продвижения французского туризма в других государствах. Она объединила существовавшие на тот момент организацию «Maison de la France» и Французское агентство по туристической инженерии. Данная реформа была осуществлена для того, чтобы задачи продвижения французской культуры через международный туризм реализовывались более эффективно через деятельность одного оператора, чьи функции значительно расширились. Так, направления деятельности «Atout France» включают маркетинговые исследования и формирование привлекательного образа Франции, разработку стратегий по развитию туризма в стране, а также контроль над качеством туристического сервиса. Каждый год в рамках деятельности организации проводится около 2000 различных мероприятий: рекламные акции для широкой публики, конференции, выставки[[115]](#footnote-115).

Как «Дом Франции», так и «Atout France» является важным актором внешней культурной политики, который занимается привлечением интереса к культуре Франции, способствует улучшению восприятия страны в мире и укрепляет её имидж на международной арене.

Таким образом, история международного туризма во Франции насчитывает около 150 лет, хотя точную дату его зарождения определить невозможно. Первоначально в развитии международного туризма принимали участие только общественные организации или органы государственной администрации, но на местном уровне. Государство начинает регулировать эту сферу лишь в 20-е годы XX века, однако изначально оно занимается лишь его внутренними аспектами, разрабатывает законодательную основу для туризма, решает вопросы обустройства территорий. Однако к 80-м годам государство начинает рассматривать туризм ещё и в качестве инструмента внешней культурной политики. В связи с этим создаются специализированные учреждения, занимающиеся продвижением французской культуры через туризм, самыми значимыми из которых оказались «Дом Франции» и «Atout France», начавший свою деятельность в 2009 году. В настоящее время данное агентство активно участвует в формировании положительного образа Франции через деятельность в сфере туризма.

**2.2. Нормативно-правовой аспект международного туризма во Франции**

Несомненно, исследование международного туризма во Франции невозможно без обращения к его нормативно-правовой основе, включающей как концептуальные, так и договорные источники. Сначала обратимся к различным государственным стратегиям и программам Франции, определяющим цели для международного туризма.

Как уже было отмечено в первой главе работы, во Франции нет отдельной общей концепции, раскрывающей основные направления внешней культурной политики. Эта особенность характеризует и сферу международного туризма, когда каждый актор, разрабатывает свои собственные стратегии. Важно отметить, что существуют как более общие документы, рассматривающие сферу международного туризма в целом, так и источники, заостряющие внимание только на одном определенном вопросе международной туристической деятельности.

Начнём с основных стратегий, разработанных Министерством иностранных дел и развития Франции. Рассмотрим документ **«30 конкретных решений для французского международного туризма как мирового лидера»[[116]](#footnote-116).** Документ был создан в 2014 году и представлен министром иностранных дел Лораном Фабиусом. Прежде всего, в данной стратегии обращается внимание на исключительную роль туризма в структуре французской экономики. Согласно документу, положение Франции как мирового лидера по количеству прибывающих в страну туристов недостаточно, так как страна занимает лишь третье место по объему общей прибыли, получаемой от международного туризма.[[117]](#footnote-117) Кроме того, в данной стратегии делается акцент на возрастающей конкуренции в сфере туризма и повышении важности этого направления, так как, по прогнозам экспертов, к 2030 году количество туристов увеличится в два раза и достигнет 2 миллиардов человек.[[118]](#footnote-118) В результате, авторы стратегии ставят перед Францией задачу привлечь не менее чем 5% от нового потока туристов, а также создать 500 000 рабочих мест в сфере туризма к 2030 году.[[119]](#footnote-119)

Поставленную цель планируется достигнуть благодаря тридцати сформулированным решениям, объединенным в пять направлений:

1. Улучшение качества и повышение разнообразия туристического предложения во Франции;
2. Развитие транспортной инфраструктуры, соединяющей аэропорты, вокзалы и исторический центр городов;
3. Внедрение информационных технологий в область международного туризма;
4. Повышение качества профессионального образования в области туризма;
5. Повышение доступности туризма во Франции.

Рассматривая данную стратегию, важно отметить то, что предложенные решения отличатся конкретным подходом к проблеме и высокой степенью проработанности. В них содержатся указания на отдельные объекты инфраструктуры, которые необходимо улучшить, приводятся ссылки на конкретные программы. Данный документ имеет также большое значение в контексте внешней культурной политики Франции, так как в нем подчёркивается исключительное значение туристического сектора в качестве источника для «культурного излучения» Франции в других странах.

Более четкие задачи перед международным туризмом сформулированы в еще одном документе МИД Франции, принятом в 2015 году, **«Пять передовых направлений, чтобы обновить туристический образ Франции»**[[120]](#footnote-120). Он представляет собой конкретную программу для продвижения французского туристического бренда за рубежом и развития его новых направлений: винный туризм, ремесленный туризм, экотуризм, горный туризм в летнее время года, «ночной туризм» (туризм с посещением театров, концертов, клубов в вечернее время). Данная стратегия позволяет представить обновленный образ Франции за рубежом, обратить внимание на новые сильные стороны культурного имиджа страны, что может повысить интерес иностранных туристов.

Интересно отметить, что международный туризм тесно связан с другими направлениями внешней культурной политики Франции, например, с её лингвистическим измерением. Так, Министерство иностранных дел разработало отдельную стратегию, посвященную лингвистическому туризму: **«Интеграция французского языка в туристическое предложение: повышение привлекательности регионов и территорий»[[121]](#footnote-121).**

Представленный документ обращает внимание на потенциал Франции по развитию лингвистического туризма: в учреждениях её зарубежной культурной сети 125 миллионов человек учат французский язык, из которых пока только 130 тысяч приезжают в саму Францию с целью изучения языка.[[122]](#footnote-122) Соответственно, целью данной стратегии является увеличение программ лингвистических стажировок. Таким образом, международный туризм может способствовать развитию и лингвистического направления внешней культурной политики Франции.

Вопросы, связанные с регулированием туризма, представлены в документах, разработанные и другими французскими операторами международного туризма. Так, стоит обратить внимание на французский Совет по продвижению туризма (Le Conseil de promotion du tourisme), подготовивший подробную стратегию **«Шесть мер для повышения роли французского туризма»**.[[123]](#footnote-123) В качестве временных рамок выбраны 2014-2020 годы. Необходимые действия по развитию международного туризма, предложенные Советом, объединены в шесть категорий: гастрономия и виноделие; туристические бренды; цифровые технологии; гостиничный бизнес и деловой туризм; СМИ и связи с общественностью, образование. Развитие этих направлений в рамках международного туризма влияет на улучшение образа Франции, а также усиливает интерес к ней за рубежом, что пересекается с задачами французской внешней культурной политики. Следует обратить внимание на то, что перечисленные в документе направления частично совпадают со стратегией **«30 конкретных решений для французского международного туризма как мирового лидера»**,[[124]](#footnote-124) в частности положения о развитии информационных технологий в туризме, улучшении качества образования и создании привлекательных туристических брендов, что говорит об особой значимости данных направлений.

Интересно отметить, что Совет по продвижению туризма разрабатывает и более узкие стратегии, касающиеся одного аспекта международного туризма. Это, например, его стратегия **«Двадцать мер к 2020 году в поддержку французских гастрономии и виноделия»[[125]](#footnote-125)**, которая направлена на привлечение внимания к французской гастрономии, улучшение качества продуктов, повышение уровня сервиса французских кафе и ресторанов и, в конечном итоге, будет способствовать продвижению французской культуры в мире, что соответствует главной цели внешней культурной политики страны.

Следующая группа источников, касающаяся вопросов международного туризма во Франции, представляет собой нормы международного права. Их следует разделить на документацию международных организаций, многосторонние международные договоры в сфере туризма и путешествий (например, Шенгенские соглашения Европейского союза «О едином визовом и туристском пространстве») и двусторонние договоры, заключенные между Францией и другими государствами, по вопросам туризма[[126]](#footnote-126). Обратимся к документам международных организаций, среди которых, прежде всего, стоит отметить источники Международной Туристской организации (ЮНВТО).

Основными документами данной организации считаются Манильская декларация по мировому туризму[[127]](#footnote-127), Гаагская декларация по туризму[[128]](#footnote-128), Глобальный этический кодекс туризма[[129]](#footnote-129), Осакская декларация по туризму[[130]](#footnote-130), Осакская декларация тысячелетия[[131]](#footnote-131). Франция как государство-участник ЮНВТО подписала все перечисленные документы.

**Манильская декларация по мировому туризму** была принята на всемирной конференции по туризму, которая проходила в Маниле (Филиппины) в 1980 г. Данный документ определяет положение международного туризма в современном мире. Декларация выделяет основные ценности международного туризма, среди которых - духовное развитие личности, признание культурной самобытности различных народов и уважение их моральных ценностей. Документ также подчеркивает значение международного туризма как фактора, который способствует достижению взаимопонимания между народами. Наряду с Манильской декларацией большое регулирующее значение для международного туризма имеет **Гаагская декларация по туризму**, принятая на Межпарламентской конференции по туризму, которая проходила в Гааге в 1989 г. В декларации закрепляются десять основных принципов, которые следует соблюдать всем акторам в сфере международного туризма.

В 1999 году на 13-й сессии Генеральной ассамблеи ВТО (тогда так называлась Всемирная туристская организация) был принят **Глобальный этический кодекс туризма**. Кодекс поднимает такие вопросы в сфере международного туризма, как роль туризма в развитии международного сотрудничества, права и обязанности работников туристического бизнеса; право людей на туризм, свобода туристских перемещений. Туризм в документе представляется в качестве фактора устойчивого развития.

Проблемы соотношения туризма и устойчивого развития были учтены в **Осакской декларации по туризму**, принятой в 1994 г. на Всемирной конференции министров по туризму в Осаке (Япония). Данный документ рассматривает вопросы развития международного туризма и повышения его значения в современном мире, влияния международного туризма на общество и состояние окружающей среды, роли государственных акторов и международных организаций в области международного туризма. Дальнейшее развитие эти важные положения нашли в **Осакской декларации тысячелетия**, принятой в 2001 г. на Конференции лидеров туризма тысячелетия в Осаке (Япония). Данная декларация делает акцент на достижениях в области международного туризма, а также определяет основные проблемы развития международного туризма, сохранения объектов всемирного культурного наследия, использования современных информационных технологий в сфере международного туризма.

Перечисленные международные нормы права подчеркивают роль международного туризма как фактора, способствующего развитию взаимопонимания среди государств. Таким образом, Франция как страна, подписавшая данные документы, демонстрирует свою готовность активно сотрудничать с другими государствами, что положительно сказывается на восприятии её образа на международной арене.

Рассмотрев основополагающие документы Всемирной туристской организации, перейдём к международным договорам, подписанным Францией и затрагивающим сферу международного туризма. К ним относятся Международная конвенция по упрощению и гармонизации таможенных процедур, Международная конвенция по контракту на путешествие.

В **Международной конвенции по упрощению и гармонизации таможенных процедур**[[132]](#footnote-132) определяются обязательства её участников содействовать упрощению, гармонизации и унификации таможенных режимов, что способствует развитию международной торговли, а также увеличению числа международных передвижений туристов. Что касается **Международной конвенции по контракту на путешествие**[[133]](#footnote-133) 1970 года, то для государств, ратифицировавших её, она является основой для рассмотрения юридических споров по вопросам нарушения условий заключенных контрактов между туристскими агентствами и туристами.

Также важно отметить международные договоры, заключенные в рамках специализированных туристских организаций – например, **Международные гостиничные правила, одобренные Советом Международной гостиничной ассоциации (МГА) в 1981 году**[[134]](#footnote-134), **Соглашение и Стандартный контракт между отелем и перевозчиком, принятые МГА и Международным союзом участников дорожного транспорта (1994 г.)**[[135]](#footnote-135). Они служат для кодификации международной туристической деятельности и упрощают процесс заключения договоров между участниками отношений в области туризма.

Данные источники международного права ведут к унификации туристической деятельности в различных странах и способствуют упрощению таможенных правил. Соблюдение Францией этих норм также положительно отражается на её привлекательности как туристического направления, так как доверие к её туристическому бренду возрастает. В свою очередь, это способствует повышению интереса к Франции среди иностранных туристов, что пересекается с задачами внешней культурной политики.

Говоря о договорах в области международного туризма, участником которых является Франция, также необходимо выделить Шенгенские соглашения Европейского союза, включающие Шенгенское соглашение 1985 года[[136]](#footnote-136), Шенгенскую конвенцию 1990 года[[137]](#footnote-137), Шенгенский кодекс о границах 2006 года[[138]](#footnote-138). Французская республика участвует в данных соглашениях с момента их подписания. Трудно переоценить значение Шенгенских соглашений для международного туризма. Любой авиаперелет из одной страны шенгенского пространства в другую теперь рассматривается как полет внутри страны. Упрощение визовых формальностей благоприятно влияет на развитие международного туризма в Европе, а также способствует усилению сотрудничества между государствами в данной сфере. Участие Франции в данных соглашениях также делает её туристический образ более привлекательным за счёт повышения доступности для посещения.

Также сферу развития международного туризма регламентируют двусторонние договоры Франции в сфере международного туризма. На данный момент Французская Республика является участницей 55 двусторонних договоров, регулирующих эту сферу[[139]](#footnote-139). В них содержатся положения, касающиеся упрощения визовых формальностей, организации совместных мероприятий в области туризма, обмена информацией в этой сфере. Двусторонние договоры в сфере международного туризма являются одним из наиболее эффективных инструментов для реализации данного направления внешней культурной политики, так как могут затрагивать разнообразные направления сотрудничества государств в области туризма, включая культурно-туристские обмены, обмены научными работниками, экспертами, журналистами, специализирующимися в вопросах туризма.

Таким образом, нормативно-правовая основа международного туризма во Франции представлена двумя группами источников: во-первых, документация национального уровня - это стратегии и концепции различных государственных институтов, а во-вторых, международные правовые акты.

Национальные стратегии развития международного туризма обращают особенное внимание на работу над туристическим брендом Франции, который мог бы усилить культурную привлекательность Франции за рубежом и повысить интерес к ней среди иностранных туристов.

Международные правовые акты, представленные документацией международных туристических организаций и многосторонними договорами, не касаются напрямую вопросов реализации внешней культурной политики, однако косвенно влияют на неё, создавая более благоприятные условия для международного сотрудничества в сфере туризма. Двусторонние договоры, в свою очередь, в большей степени способствуют реализации задач внешней культурной политики, так как предполагают сотрудничество между государствами по ряду конкретных направлений.

**2.3. Основные операторы международного туризма во внешней культурной политике Франции**

Для того чтобы в полной мере исследовать роль международного туризма во внешней культурной политике современной Франции, необходимо более подробно рассмотреть его основных операторов.

Механизм управления туризмом во Франции зафиксирован в национальном Кодексе по туризму[[140]](#footnote-140). Так, деятельностью в сфере международного туризма занимаются такие институты, как **Национальный совет по туризму** – главный консультативный орган, занимающийся разработкой основных направлений развития для национального и международного туризма; **Министерство иностранных дел и международного развития**; **Министерство торговли и финансов; Межведомственный комитет по туризму,** созданный для продвижения французского туристического бренда за рубежом. Также на федеральном уровне ведут свою деятельность **Агентство по туристическому развитию Франции “Atout France”**, **Национальная федерация офисов по туризму,** а также **Совет по продвижению туризма.** Кроме того, стоит отдельно выделить роль **Всемирной туристской организации** в формировании политики Франции в области международного туризма, с которой страна согласует свою деятельность в рамках международного права в области туризма. Изучим деятельность каждого из перечисленных операторов.

В первую очередь, рассмотрим **Национальный совет по туризму**, являющийся центральным элементом в системе управления туризмом во Франции. История этого учреждения насчитывает более ста лет – Национальный совет был основан еще в 1910 году. Совет выполняет совещательную и наблюдательные функции. Он участвует в разработке государственной стратегии, обсуждении проектов, законодательных документов и других вопросов, относящихся к области туризма. Национальный совет объединяет различных представителей туристического сектора для обмена мнениями. Национальный совет состоит из 200 членов, назначающихся на пятилетний период, а его президентом является Министр по туризму.

В области международного туризма Национальный совет занимается разработкой государственных программ по его развитию, а также выпускает публикации, посвященные маркетинговым исследованиям в этой области. Кроме того, в состав Национального совета входит отдел по европейским и международным вопросам, занимающийся экспертной деятельностью[[141]](#footnote-141). В рамках внешней культурной политики Национальный совет исследует возможности распространения французской культуры через туристическую деятельность. Итогом данной деятельности становятся публикации, рассматривающие взаимодействие международного туризма с другими направлениями внешней культурной политики. В качестве примера можно упомянуть Отчет отдела по европейским и международным вопросам, посвященный вопросам организации культурных и спортивных мероприятий в контексте развития туризма[[142]](#footnote-142).

**Министерство иностранных дел и международного развития** также занимается внешнеполитическими связями Франции в области туризма. В сферу его компетенции входит продвижение Франции как туристического направления посредством кооперации с неправительственными французскими организациями в области туризма (например, с «Atout France»), разработка государственных планов и стратегий по развитию международного туризма. В своей деятельности МИД Франции опирается на существующую культурную и дипломатическую сеть за рубежом. На сайте МИД Франции отдельный раздел[[143]](#footnote-143) посвящен вопросам развития туризма в контексте внешней политики, где подробно рассматривается текущее состояние туристического сектора во Франции, проводимые при поддержке государства мероприятия, функции МИД в этой области. Таким образом, международный туризм является важным направлением деятельности МИД Франции, главной задачей которого является усиление привлекательности образа Франции и распространение её культурного влияния в мире. Не следует забывать и об экономическом значении туризма, способствующему росту экономики Франции.

**Министерство торговли и финансов** осуществляет деятельность в сфере международного туризма через Главное управление по вопросам предпринимательства (La Direction Générale des Entreprises, DGE), созданное в 2014 году вместо Главного управления по вопросам конкурентоспособности, промышленности и услуг, существовавшего ранее[[144]](#footnote-144). В его структуру входит служба по вопросам туризма, торговли, ремесел и сферы услуг (Service du tourisme, du commerce, de l’artisanat et des services, STCAS). Этот орган занимается вопросами развития как внутреннего, так и международного туризма. В контексте внешней культурной политики служба по вопросам туризма занимается организацией различных международных мероприятий в сфере туризма, где страны-участницы, в том числе и Франция, могут представить свои проекты, направленные на продвижение туризма, поделиться накопленным в этой области опытом. В качестве примера такого мероприятия можно привести Международную туристическую выставку – одно из ключевых мероприятий в сфере туризма. В 2017 году выставка проходила в Париже с 16 по 19 марта.[[145]](#footnote-145)

**Межведомственный комитет по туризму** был основан в 2004 году для разработки стратегий по развитию международного туризма. Комитет организует заседания несколько раз в год под руководством премьер-министра Франции. Последнее заседание было проведено в ноябре 2016 года[[146]](#footnote-146), в ходе которого главными вопросами стали обеспечение безопасности туристов, повышение конкурентноспособности французского туризма на мировом рынке. В результате работы комитета был создан итоговый документ, ставящий перед французским правительством задачу увеличить количество прибывающих иностранных туристов до 100 миллионов к 2020 году.[[147]](#footnote-147) Для достижения данной цели было предложено несколько мер, среди которых – развитие культурного туризма посредством привлечения интереса иностранных туристов к объектам культурного наследия, находящихся в регионах Франции. Таким образом, Межведомственный комитет участвует в развитии туризма как направления внешней культурной политики, способствуя распространению французской культуры.

Также стоит отметить вклад сети национальных офисов по туризму в развитие международного туризма. На данный момент во Франции ведут свою деятельность 2400 офисов по туризму, объединенные в Национальную Федерацию офисов по туризму и профсоюзных организаций (Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d’Initiative) [[148]](#footnote-148), которая служит для представления интересов местных офисов по туризму и их защиты перед институтами государственной власти. Офисы по туризму осуществляют деятельность в сфере международного туризма по нескольким направлениям: предоставляют информацию иностранным туристам о возможностях для их пребывания, разрабатывают мобильные приложения и интернет-сайты для распространения информации о туристических предложениях Франции, участвуют в профессиональном обучении кадров, организуя различные семинары и курсы повышения квалификации; представляют туристический бренд Франции на специализированных международных выставках и форумах, участвуют в организации спортивных, культурных, концертных мероприятий для привлечения дополнительного потока туристов. Таким образом, местные офисы по туризму способствуют формированию привлекательного образа Франции в глазах прибывающих туристов, что положительно сказывается на имидже страны за рубежом.

Осуществлением международного сотрудничества в сфере туризма занимается созданная государством организация «Atout France», или Агентство по туристическому развитию Франции, основная цель которого - продвижение туризма за рубежом, а также улучшение образа Франции в мире посредством развития туризма[[149]](#footnote-149). **На сегодняшний день «Atout France»** представляет собой единую компанию по развитию туризма во Франции. Она объединяет специалистов в области туризма, а также представителей различных государственных и неправительственных организаций, которые занимаются продвижением французского туристического продукта на мировом рынке. Каждый год в рамках деятельности организации проводится около 2000 мероприятий с целью продвижения Франции как туристического направления: среди них различные рекламные акции, пресс-туры для представителей СМИ и выставки для профессионалов в области международного туризма.

Деятельность агентства «Atout France» нацелена на усиление конкурентоспособности Франции в сфере международного туризма. Агентство занимается проведением маркетинговых исследований внутри Франции и в других странах, осуществляет деятельность по разработке стратегий в сфере туризма и планирует распределение инвестиций в данный сектор экономики. Кроме того, компания способствует продвижению новых информационных технологий и повышению уровня качества туристического сервиса.[[150]](#footnote-150)

Реализацией вышеперечисленных функций занимаются 35 представительств «AtoutFrance» за рубежом, главный офис агентства, находящийся в Париже, а также другие партнерские организации континентальной Франции и её заморских территорий. В Российской Федерации также есть представительство **«Atout France», находящееся Москве.**

**В рамках «Atout France» действует также Совет по продвижению туризма**[[151]](#footnote-151) **(Le Conseil de promotion du tourisme), занимающийся подготовкой стратегий в этой сфере. Он объединяет специалистов, работающих в области туризма, а также представителей правительства, которые совместно определяют наиболее приоритетные направления для международного туризма, а также ставят задачи перед ним в качестве направления внешней культурной политики.**

**Таким образом, мы видим, что национальные акторы играют большую роль в развитии международного туризма, они продвигают туризм не только как часть экономики страны, но и как важное направление внешней культурной политики, занимаясь как концептуальными вопросами проведения политики, так и реализацией их на практике.**

**Говоря об акторах международного туризма, участвующих во внешней культурной политике Франции, важно отметить роль Всемирной Туристской организации. Франция является её участницей с 1975 года, а первым генеральным секретарем организации был избран представитель Франции Робер Лонати[[152]](#footnote-152). За свои годы членства в организации Франция продемонстрировала свою заинтересованность в развитии международного туризма. Она неоднократно участвовала в работе различных органов ВТО: Исполнительного Совета, Генеральной Ассамблеи, специализированных комитетов[[153]](#footnote-153).**

Помимо кооперации в исполнительных органах ВТО Франция участвует в конференциях, симпозиумах, встречах, затрагивающих разнообразные вопросы международного туризма. К последним крупным мероприятиям в этой области можно отнести конференцию «Религиозное наследие и туризм», проходившую в Нидерландах в октябре 2016 года, где принимали участие и французские представители, в частности, междисциплинарная группа по исследованию туризма из университета Сорбонна[[154]](#footnote-154). Другое важное мероприятие – 9-й Всемирный конгресс зимнего горного туризма, организованный ЮНВТО и княжеством Андорра. Франция была представлена ассоциацией Cluster Montagne, занимающейся обустройством горных территорий и созданием туристических объектов[[155]](#footnote-155).

ЮНВТО является главной площадкой для многостороннего сотрудничества в области туризма, а активное участие Франции в работе организации позволяет ей укрепить свое культурное влияние на международной арене.

Также важную роль для Франции в продвижении туризма играет её участие в организации ЮНЕСКО - специализированном учреждении Организации Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры. В настоящее время связь между культурой и туризмом является неоспоримым фактом, поэтому все большее значение для иностранных туристов приобретает культурное наследие страны. С этой точки зрения, Франция обладает огромным потенциалом для продвижения своего туристического продукта. Так, по состоянию на 2017 год на территории Франции находятся 39 объектов из списка Всемирного культурного наследия[[156]](#footnote-156). Кроме того, 15 объектов входят в Список шедевров устного и нематериального культурного наследия человечества[[157]](#footnote-157). Внесение элементов французской культуры в данный список демонстрирует признание их исключительной ценности на мировом уровне, а также способствует повышению привлекательности Франции как страны с богатым культурным наследием. Этот фактор имеет большое значение для реализации её внешней культурной политики

Кроме того, Франция реализует цели своей внешней культурной политики и через участие в работе Международной организации Франкофонии. Несмотря на то, что развитие туризма не является первостепенной задачей для данной организации, это тема достаточно часто оказывается на повестке дня в контексте «устойчивого туризма», предполагающего бережное отношение к культурному и природному наследию. Франция принимает участие в разработке принципов «устойчивого туризма» и делится накопленным в этой сфере опытом с другими государствами-участниками. Таким образом,

На региональном уровне Франция участвует также в работе Европейской комиссии, в рамках которого осуществляется достаточно интересный проект «Европейская культурная столица», созданный еще в 1985 году[[158]](#footnote-158). Идея данного проекта заключается в избрании одного из европейских городов в качестве центра культурной жизни с целью стимулирования туризма, привлечения интереса к культурному и историческому наследию города. Города Франции становились культурными столицами 4 раза – Париж в 1989 году, Авиньон – в 2000, Лилль – в 2004, Марсель – в 2013[[159]](#footnote-159). Участие Франции в подобной инициативе давало возможность представить историю и культуру её городов, а также способствовало увеличению числа туристов, приезжавших на специально организованные культурные мероприятия в рамках данного проекта.

Участие Франции в перечисленных международных организациях позволяет ей осуществлять сотрудничество в сфере туризма на многостороннем уровне, улучшать свой имидж на международной арене, что способствует реализации целей её внешней культурной политики.

 Рассмотрев основных операторов международного туризма во Франции, можно прийти к нескольким выводам. Во-первых, управление международным туризмом в стране достаточно децентрализовано, так как этим направлением внешней культурной политики занимаются несколько государственных институтов. Важно также отметить, что их функции никак точно не разграничены: например, Министерство иностранных дел и развития занимается как разработкой общих стратегий, так и реализует программы в области международного туризма на практике. Кроме того, стоит отметить роль консультативных органов в решении вопросов международного туризма – так, Национальный совет по туризму стал площадкой, на базе которой происходит успешный обмен мнениями между представителями, как государственного сектора, так и деловых кругов.

Эта особенность французской модели управления туризмом не усложняет процесс реализации задач внешней культурной политики, а, наоборот, позволяет быстро реагировать на все изменения, происходящие в сфере международного туризма. В результате Франция успешно представляет свой туристический бренд, демонстрируя при этом наиболее привлекательные для иностранных туристов элементы своей культуры.

Также Франция для осуществления целей и задач своей внешней культурной политики активно использует возможности международных организаций, и в первую очередь тех, в которых она имеет особое влияние: ЮНВТО, ЮНЕСКО, МОФ, Европейская комиссия. Участвуя в данных организациях, она демонстрирует свой культурный потенциал, делится с другими государствами опытом в сфере туризма и способствует положительному восприятию образа Франции на международной арене.

Подводя итог данной части работы, рассматривающей историю международного туризма во Франции, его нормативно-правовую основу и основных операторов, мы приходим к выводу о том, что долгая история развития туризма во Франции во многом способствовала формированию эффективной системы управления в этой сфере и оказала влияние на использование международного туризма в качестве инструмента внешней культурной политики.

**Глава 3. Практический аспект использования международного туризма во внешней культурной политике Франции.**

**3.1. Особенности реализации туристического направления внешней культурной политики Франции в начале XXI века.**

Прежде всего, говоря о международном туризме во внешней культурной политике Франции необходимо отметить, что внимание этому направлению стало уделяться относительно недавно. Важность международного туризма в рамках культурной дипломатии государства была осознана лишь к 80-м годам XX века, что определяет его положение и роль в современной внешней культурной политике Франции. Только в 1986 году создаётся Дирекция туристического сектора со службой «Образ Франции», занимающейся вопросами повышения привлекательности образа страны для иностранных туристов. В отличие от лингвистического, образовательного, аудиовизуального направлений, международный туризм не является главным направлением для внешней культурной политики Франции, хотя, бесспорно, играет в ней достаточно важную роль. Очевидно, этот факт можно объяснить возросшей конкуренцией в сфере международного туризма и желанием Франции сохранить за собой лидирующие позиции.

Отличительной чертой международного туризма является тот факт, что он одновременно связан как с экономической, так и с культурной деятельностью государства. Это обуславливает взаимное влияние этих двух сфер: с одной стороны, развитие туризма с экономической точки зрения (улучшение качества предоставляемых услуг, инфраструктуры) увеличивает интерес к самой Франции, её культурному наследию, истории, гастрономии; с другой стороны, повышение привлекательности образа Франции через инструменты культуры способствует увеличению количества иностранных туристов, что оказывает положительное влияние на экономику страны. В связи с этим вопросами международного туризма в контексте внешней культурной политики Франции занимается как внешнеполитическое ведомство, так и Министерство экономики и торговли.

 Кроме того, важно подчеркнуть связь международного туризма с другими направлениями внешней культурной политики. Так, в предыдущей главе мы уже рассматривали программу[[160]](#footnote-160) в области лингвистического туризма Министерства иностранных дел и развития. К другим проектам, затрагивающих одновременно несколько сфер культурного сотрудничества, можно отнести инициативу проведения перекрестных годов Культурного туризма – в 2016 и 2017 годах они проводятся между Россией и Францией[[161]](#footnote-161). До этого перекрестные годы были организованы между Францией и Казахстаном (2013-2014 гг.), Францией и Южной Кореей (2015-2016 гг.)[[162]](#footnote-162). Мероприятия, проходящие в рамках перекрестных годов, затрагивают не только сферу туризма, но включают и театральные выступления, художественные выставки, программы побратимства между памятниками архитектуры.

Другой пример подобного сотрудничества – организация программы Le Grand Tour[[163]](#footnote-163), направленной на повышение привлекательности Франции. Она реализуется через проведение музыкальных, театральных, художественных фестивалей в многочисленных французских туристических центрах. Данная программа раскрывает и демонстрирует культурное наследие различных регионов Франции с целью развития туризма в стране.

Следующая отличительная черта туристического направления во внешней культурной политике Франции – существование разнообразных концепций и стратегий, отличающихся высокой степенью проработанности. Подробно рассмотрев их в предыдущей главе, мы видим, что они представляют не общие теоретические основы политики государства в этой сфере, а практические шаги по продвижению французского бренда в других странах, конкретные рекомендации для операторов международного туризма. При этом важно отметить, что Франция опирается на современные информационные технологии, определяя свою деятельность в сфере международного туризма. Так, для распространения своего положительного образа Франция активно использует социальные сети, разрабатывает мобильные приложения, привлекает профессиональных блогеров. Кроме того, для повышения привлекательности Франции как центра международного туризма важную роль играют маркетинговые исследования, проводимые агентством «Atout France». На их основе разрабатываются стратегии по привлечению туристов из отдельных стран. Так, существуют публикации, касающиеся туристов из Китая, Индии, Японии. В них рассматриваются культурные особенности каждой из стран для понимания того, с какой стороны наиболее целесообразно представлять образ Франции. Так, например, в публикации «Китайский туристический рынок: основной подход»[[164]](#footnote-164) выделяются те символы Франции, которые могут заинтересовать китайских туристов, - высокая кухня, увлекательный шопинг и развлечения. Для японских туристов этот набор ценностей будет несколько иным: в первую очередь, они приезжают во Францию для знакомства с культурой, модой, французским образом жизни[[165]](#footnote-165). В соответствии с культурными особенностями разных стран Франция по-разному проводит рекламные кампании по продвижению своего туристического бренда. Таким образом, реализация туристического направления внешней культурной политики Франции характеризуется диверсифицированным подходом для разных стран.

Важно подчеркнуть ещё одну характерную особенность международного туризма как направления внешней культурной политики Франции – лидирующее положение в мире в этой сфере деятельности. Так, в других областях внешней культурной политики, например, аудиовизуальном, лингвистическом или научно-образовательном направлениях у Франции нет однозначного преимущества по сравнению с другими государствами – США, Великобританией, Италией[[166]](#footnote-166). Что касается международного туризма, то Франция уже долгое время остается на первом месте в мире по количеству прибывающих туристов. Тем не менее, многие стратегии по развитию международного туризма в стране отмечают, что государство занимает только третье место в мире по количеству получаемой прибыли, уступая Соединённым Штатам и Испании, однако этот показатель характеризует, скорее, экономическую, а не внешнеполитическую деятельность государства. В определенной мере достигнутый высокий уровень международного туризма во Франции влияет на его место в рамках внешней культурной политики. Так, международный туризм является, в большей степени, уже сформированным инструментом для распространения культурного влияния, чем приоритетным направлением для будущего развития, поэтому перед французской внешней культурной политикой стоит задача сохранения лидерства в этой сфере, а не усиленное развитие.

Вместе с тем, развитие международного туризма как направления внешней культурной политики Франции в настоящее время сталкивается с определенными проблемами. В первую очередь, это угроза террористических атак, которая негативно влияет на привлекательность образа Франции за рубежом. Эта проблема поднимается в многочисленных статьях, которые появились после событий, произошедших в Париже и Ницце в ноябре 2015 года и июле 2016 года, а также в правительственных документах.

Несомненно, совершенные террористические атаки влияют сразу на два аспекта международного туризма: во-первых, снижают получаемую от туризма прибыль, а кроме того, негативно действуют на восприятие образа Франции в других странах. Международный туризм во Франции в течение уже долгого времени сталкивается с проблемой безопасности. Проведённые ещё в 2012 году социологические исследования демонстрируют неудовлетворенность иностранных туристов уровнем безопасности во Франции: так, 46% японских и 58% китайских туристов отмечали, что, по их мнению, осуществляемых в Париже мер безопасности было недостаточно[[167]](#footnote-167).

Для решения данной проблемы правительство Франции разработало несколько программ по повышению доверия к французскому туризму в контексте угрозы террористических атак. Одна из них, программа «Made in Paris»[[168]](#footnote-168) предлагает меры по продвижению департамента Иль-де-Франс, а другая – «Tourisme sûr»[[169]](#footnote-169) - затрагивает всю Францию в целом. На реализацию данных программ французское правительство выделило 800 тысяч евро, а их осуществлением занимаются Министерство иностранных дел и развития, агентство туристического развития «Atout France», местные отделения офисов туризма[[170]](#footnote-170). Рассмотрим более подробно данные программы.

Программа «Made in Paris» содержит меры по восстановления доверия иностранных туристов к региону Иль-де-Франс и по продвижению позитивного образа Парижа как города искусства, моды, гастрономии. Она была запущена весной 2016 года. Эта программа нацелена, прежде всего, на те страны, откуда во Францию приезжает больше всего туристов. Так, в программе упоминаются Великобритания, Испания, Канада, США, Япония, Китай, Индия и Россия. В число задуманных мер входили распространение рекламы, демонстрирующей положительный образ Парижа, в социальных сетях, аэропортах и самолётах; проведение тематических мероприятий с привлечением иностранных журналистов, организация совместных проектов с городами-партнерами Парижа, в частности, с Нью-Йорком и Токио, создание художественного фильма, посвященного Парижу.

Программа «Tourisme sûr»[[171]](#footnote-171) охватывает все французские регионы. Она задумана для того, чтобы убедить иностранных туристов в безопасности Франции как туристического направления. Данный план содержит два важных компонента: внутренние технические меры по усилению безопасности во французских городах и меры по улучшению восприятия образа страны за рубежом. В частности, в качестве необходимых шагов для внешней культурной политики упоминаются действия офисов туризма, находящихся за рубежом, и дипломатических учреждений Франции по распространению информации об осуществленных мероприятиях в сфере безопасности.

Другая серьёзная проблема, стоящая перед международным туризмом, - сокращение государственного финансирования. Согласно Заключению комитета по иностранным делам, по вопросам обороны и Вооруженных сил о законопроекте по бюджету 2017 года[[172]](#footnote-172), количество средств, выделяемых на продвижение международного туризма, снизилось на 0,8 %. Более того, бюджет агентства «Atout France» уступает аналогичным институтам в других странах, особенно, испанской организации «Turespaña» и британской «Visit Britain»[[173]](#footnote-173), что, по мнению экспертов, может негативно отразиться на будущем туристического сектора во Франции.

В качестве возможного решения данной проблемы специалисты видят реформирование системы управления международным туризмом во Франции. Так, в отчёте, составленном для премьер-министра Франции в ноябре 2016 года[[174]](#footnote-174), содержится предложение о необходимости развития государственно-частного партнерства в сфере международного туризма.

Подводя итоги данной части работы, посвященной характерным особенностям международного туризма во внешней культурной политике Франции и проблемам, стоящим перед ним, можно прийти к нескольким выводам. Во-первых, международный туризм во Франции характеризуется тесной связью с другими направлениями внешней культурной политики – художественной, лингвистической, аудиовизуальной деятельностью. Во-вторых, во французском международном туризме важна роль маркетинговых исследований, которые позволяют выстроить отдельную стратегию по отношению к каждой конкретной стране. Тем не менее, развитию международного туризма в рамках внешней культурной политики препятствуют проблемы, связанные с террористической угрозой и недостатком финансирования. Именно на их решение направлены действия французского правительства в данный момент.

**3.2.** **Использование французского опыта организации международного туризма во внешней культурной политики в Российской Федерации.**

Рассматривая французскую модель внешней культурной политики и использование инструмента международного туризма в ней, важно обратить внимание на то, как опыт, накопленный Францией, может быть применен и в других государствах. Прежде всего, нас будут интересовать возможности для его использования в России.

Важно отметить, что Российская Федерация обладает колоссальным потенциалом для развития международного туризма, что, в свою очередь, может позволить в дальнейшем использовать его для повышения привлекательности образа страны. В настоящее время Российская Федерация занимает 9 место в мире с 24, 5 млн. иностранных туристов, посетивших страну в 2016 году[[175]](#footnote-175). На её территории находится 26 объектов всемирного наследия ЮНЕСКО[[176]](#footnote-176). Вместе с этим, в отличие от Франции, управление международным туризмом в России происходит менее эффективно и использование этого ресурса в качестве инструмента внешней культурной политики пока недостаточно развито.

Международный туризм определён как одно из основных направлений в Стратегии государственной культурной политики Российской Федерации на период до 2030 года[[177]](#footnote-177). В качестве государственных мер, касающихся этой сферы деятельности, приведены популяризация туристской привлекательности России, брендинг территорий и создание условий для въездного туризма. Данная стратегия реализуется на основе государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013 - 2020 годы»[[178]](#footnote-178), представляющей собой систему мероприятий и инструментов для достижения целей государственной политики в сфере культуры и туризма.

Вопросам развития международного туризма посвящена отдельная часть программы «Развитие культуры и туризма на 2013 - 2020 годы» – подпрограмма «Туризм». К её главным задачам относятся укрепление международного имиджа России как страны с высоким уровнем культуры, благоприятной для туризма; высокий уровень развития международного сотрудничества Российской Федерации в области туризма; повышение информированности зарубежных граждан о возможностях и преимуществах российского туристского комплекса.

Таким образом, мы видим, что повышение привлекательности образа Российской Федерации в других странах через использование международного туризма является важной задачей для внешней культурной политики государства. Однако, при осуществлении этой цели на практике мы сталкиваемся с определёнными сложностями.

Во-первых, это слабо развитый сектор маркетинговых исследований. Как известно, сильной стороной французской модели международного туризма является его опора на маркетинговые исследования, что позволяет выработать детальный подход к каждой стране. Во Франции реализация данной задачи возложена на агентство «Atout France», ведущее свою деятельность с 2009 года. При этом первые маркетинговые исследования международного туризма во Франции проводились ещё в конце 80-х годов XX века. Если говорить о России, то первая подобная организация - ФГУП «Национальный маркетинговый центр по туризму»[[179]](#footnote-179) - была создана лишь в 2015 году. Также стоит обратить внимание на то, как представлены эти операторы международного туризма в других странах: «Atout France» имеет свои представительства в 30 государствах в то время, как российский маркетинговый центр по туризму ведёт свою деятельность в 12 странах.

С одной стороны, отставание России в этой сфере деятельности можно объяснить тем фактом, что она гораздо позже обратила внимание на важность построения позитивного имиджа в мире и продвижения туристского потенциала за рубежом. Однако, помимо этого перед Россией стоит проблема финансирования развития международного туризма. В отличие от Франции – страны с развитой туристической инфраструктурой, где большая часть государственных средств идёт на рекламу и продвижение туристского продукта, - Российская Федерация вкладывает большую часть средств бюджета в развитие инфраструктуры. Ярким примером может послужить информация о распределении бюджетных средств Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)»[[180]](#footnote-180). Несмотря на то, что в задачи программы входят как развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации, так и продвижение её туристического продукта на мировом и внутреннем туристских рынках, отчёт о распределении бюджетных средств на мероприятия ФЦП[[181]](#footnote-181), опубликованный в марте 2017 года, представляет финансирование только на создание инфраструктуры. В связи с этим, для продвижения российского туристического образа за рубежом представляется целесообразным изменить структуру финансирования сектора туризма с целью увеличения затрат на рекламную деятельность.

Далее, у Российской Федерации нет отдельной стратегии, полностью посвященной вопросам международного туризма. На данный момент существует одна общая программа – Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года[[182]](#footnote-182), которая рассматривает вопросы развития как внутреннего, так и международного туризма. Однако наиболее подробно в ней рассматриваются вопросы развития туристической инфраструктуры. Внешнеполитический аспект международного туризма упоминается, однако ему не уделяется много внимания. В качестве необходимых мер приводятся «активная рекламно-информационная и имиджевая политика», однако эти понятия никак не раскрываются в дальнейшем. О том, что туризм является важным направлением внешней культурной политики России, говорится в двух основополагающих документах: «Тезисах «Внешняя культурная политика – год 2000»[[183]](#footnote-183) и «Основных направлениях политики России в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества».[[184]](#footnote-184)Однако в отличие от Франции, где стратегии продвижения туристического потенциала страны отличаются высокой степенью проработанности, в российских концептуальных источниках отсутствуют конкретные мероприятия и шаги, которые необходимо осуществить. Таким образом, представляется целесообразным шагом создание более проработанных стратегий в области международного туризма, которые возможно было бы реализовать на практике.

Ещё одна сильная сторона французской модели использования международного туризма как направления внешней культурной политики – активная деятельность локальных офисов по туризму. Они выполняют не только справочно-информационную функцию, но и участвуют в осуществлении культурных мероприятий, направленных на повышение интереса к Франции, её культурному наследию, истории, образу жизни. В России в настоящее время существует только 169 офисов по туризму, которые представлены не во всех регионах страны[[185]](#footnote-185). Поэтому необходимо подчеркнуть важность формирования сети офисов по туризму, которые могли бы не только эффективно информировать иностранных туристов о возможностях пребывания в России, но и участвовать в формировании привлекательного образа страны.

Следующий инструмент по развитию международного туризма, на который важно обратить внимание для России - использование современных информационных технологий в данной сфере деятельности. В последние годы Франция обращает все больше внимания на социальные сети, мобильные приложения, интернет-сайты в качестве каналов для распространения своего туристического продукта за рубежом. В российских стратегиях также обращается внимание на этот аспект деятельности, однако конкретные практические шаги пока не осуществляются на государственном уровне. Актуальной проблемой международного туризма в России остаётся недостаточно комфортная информационная среда: недостаток и разрозненность информационных ресурсов о туристских программах, ограниченные возможности для покупки и бронирования билетов.

Проблема безопасности для международного туризма в настоящее время также становится всё более актуальной как для Франции, так и для Российской Федерации. Теракт, произошедший в Санкт-Петербургском метро 3 апреля 2017 года, несомненно, оказал влияние на образ города у иностранных туристов. Однако, согласно оценкам экспертов, о реальных последствиях для въездного туризма можно будет говорить лишь через 2-3 месяца[[186]](#footnote-186), хотя опыт европейских городов – Парижа, Ниццы, Брюсселя - показывает, что теракты вызывают снижение туристического спроса на 3-6 месяцев. В связи с этим представляется целесообразным воспользоваться французским опытом создания специальной программы для того, чтобы убедить иностранных туристов в безопасности их пребывания в стране.

Рассмотрев характерные особенности международного туризма в рамках внешней культурной политики Франции и изучив возможности применения французского опыта в Российской Федерации, мы можем прийти к нескольким выводам. К основным чертам международного туризма во внешней культурной политике Франции относятся использование современных информационных технологий, проведение маркетинговых исследований и разработка дифференцированных подходов к каждой из стран, взаимное влияние нескольких направлений культурной политики, создание конкретных стратегий, ориентированных на практический результат. Для успешного развития международного туризма Российская Федерация может так же учесть важность маркетинговых исследований в создании позитивного имиджа страны за рубежом и увеличить финансирование этой сферы деятельности; расширить сеть местных туристских офисов; создать отдельную стратегию, посвященную вопросам продвижения российского туристического продукта; сделать акцент на использовании интернет-технологий в сфере туризма.

**Заключение**

В настоящее время феномен международного туризма имеет всё большое значение в мире, оказывая влияние на социально-экономический аспект жизни общества, а также на его политическую составляющую, являясь инструментом для внешней культурной политики государств.

Проведенная нами работа позволила рассмотреть понятие внешней культурной политики в научном и политическом дискурсе современной Франции. Изучив это понятие, мы пришли к выводу о том, что реализация целей внешней культурной политики на практике предваряла научное исследование этого явления. Также из-за отсутствия комплексных теоретических трудов, посвященных внешней культурной политике, французские исследователи не выработали общий понятийно-категориальный аппарат. В свою очередь, государственные акторы Франции также не пришли к единому определению для внешней культурной политики, что повлияло на существование сразу нескольких терминов в документации различных институтов – «культурная дипломатия», «внешняя культурная политика», «культурное излучение/распространение» «дипломатия влияния».

Если говорить о главных направлениях внешней культурной политики Франции на современном этапе, то ими являются лингвистическая политика, аудиовизуальное направление, научное сотрудничество и международный туризм, который в последние годы начал занимать все более и более значимое место среди ее приоритетов.

Далее было проведено исследование нормативно-правовой основы и акторов внешней культурной политики Франции. В результате мы приходим к нескольким выводам. Во-первых, характерной особенностью внешней культурной политики Франции является большое количество концептуальных и договорных источников, действующих на различных уровнях. С одной стороны, отсутствие единой концепции внешней культурной политики, участие различных акторов в её формировании позволяют сделать управление внешней культурной политикой более гибким, децентрализованным, но, с другой стороны, - эта особенность мешает её исследованию.

Во-вторых, система управления внешней культурной политикой Франции характеризуется большим числом акторов, которые представлены как государственными институтами, так и общественными, неправительственными учреждениями. Государственные институты, такие, как Министерство иностранных дел и Министерство культуры и коммуникации, традиционно играют главную роль в формировании стратегии внешней культурной политики и её реализации на практике. Однако в настоящее время мы наблюдаем возрастание роли общественных организаций, что говорит о происходящем в данный момент процессе либерализации и децентрализации французской культурной политики.

Также в настоящей работе была изучена история международного туризма в контексте французской внешней культурной политики. История международного туризма во Франции насчитывает около 150 лет, хотя точную дату его зарождения определить невозможно, так как первоначально поездки людей за границу носили неорганизованный характер. Сначала вопросами развития международного туризма занимались только общественные организации или органы государственной администрации, но на местном уровне. Государство начинает проявлять интерес к этой сфере лишь в 20-е годы XX века, однако первоначально его деятельность ограничивается лишь внутренним уровнем, так как, в первую очередь, учитывался экономический эффект от международного туризма. Однако к 80-м годам государство начинает рассматривать туризм ещё и в качестве направления внешней культурной политики, что повлияло нас создание специализированных организаций, нацеленных на продвижение Франции как туристического направления.

Далее нами была определена нормативно-правовая основа международного туризма как направления внешней культурной политики, а также рассмотрены его основные операторы. Были рассмотрены два вида источников внешней культурной политики Франции - документация национального уровня - стратегии и концепции различных государственных институтов, а также международные правовые акты. В национальных стратегиях развития международного туризма в настоящее время делается особый акцент на работе над туристическим брендом Франции, который необходим для усиления культурной привлекательности Франции за рубежом и повышения интереса к ней среди иностранных туристов. Международные правовые акты, представленные документацией международных туристических организаций и многосторонними договорами, напрямую не регулируют вопросы внешней культурной политики, однако оказывают косвенное влияние на её реализацию, создавая более благоприятные условия для международного сотрудничества в сфере туризма. Среди международных нормативно-правовых актов двусторонние договоры в большей степени способствуют реализации задач внешней культурной политики, так как предусматривают сотрудничество между государствами по широкому ряду направлений.

Что касается операторов международного туризма во Франции, то важно подчеркнуть, что управление международным туризмом в стране достаточно децентрализовано, что согласуется с французской моделью внешней культурной политики. Эта особенность французской модели туризма не мешает реализации задач внешней культурной политики, а, наоборот, позволяет быстро реагировать на изменения, происходящие в сфере международного туризма. В результате Франция в течение уже долгого времени остаётся мировым лидером в сфере туризма, успешно представляет свой туристический бренд, демонстрируя при этом наиболее привлекательные для иностранных туристов элементы своей культуры.

Автором были проанализированы характерные особенности международного туризма в рамках внешней культурной политики Франции и возможности применения французского опыта в Российской Федерации. Основными характерными чертами международного туризма во внешней культурной политике Франции являются продвижение французского туристического бренда через использование современных технологий в этой сфере - разработка сайтов и мобильных приложений, позволяющих заинтересовать иностранных туристов разнообразными возможностями для их пребывания во Франции; проведение маркетинговых исследований и разработка дифференцированных подходов к каждой из стран, учитывая их социокультурные и экономические особенности; взаимное влияние нескольких направлений культурной политики и в результате развитие новых форм туризма – лингвистического туризма, ремесленного туризма, экологического туризма. Кроме того, важно выделить создание стратегий, ориентированных на практический результат - как правило, французские концепции в сфере развития международного туризма содержат перечень конкретных программ, которые должны быть осуществлены.

Для успешного развития международного туризма Российская Федерация может обратить внимание на французский опыт. Во-первых, представляется важным повысить роль маркетинговых исследований в создании позитивного имиджа страны за рубежом и увеличить финансирование этой сферы деятельности, направив средства на развитие Национального маркетингового центра по туризму. Далее, можно было бы расширить сеть местных туристских офисов для более успешного распространения информации о стране среди иностранных туристов, а также добавить к их задачам организацию культурных мероприятий. Также представляется важным акцентировать внимание на использовании интернет-технологий в сфере туризма, усовершенствовать существующие сайты, посвященные туризму в Российской Федерации, а также разработать мобильные предложения, которые могли бы предоставлять необходимую информацию иностранным туристам о возможностях их пребывания в России.

Таким образом, мы видим, что международный туризм занимает важное место во внешней культурной политике Франции, являясь успешным инструментом для распространения её культурного влияния и создании позитивного образа страны на международной арене. Использование французского опыта реализации внешнеполитических задач через международный туризм может оказаться полезным и для Российской Федерации, обладающей значительным потенциалом в этой области.

**Список использованных источников и литературы**

**Источники**

**Документы**

Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений URL: http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\_id=283702

Всемирная конвенция об авторском праве

URL: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_7229/

Гаагская конвенция о защите культурных ценностей в случае вооружённого конфликта 1954 года

URL: http://www.un.org/ru/documents/decl\_conv/conventions/pdf/hague54.pdf

Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013 - 2020 годы»

URL: http://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/gosudarstvennaya-programma-rossiyskoy-federatsii-razvitie-kultury-i-turizma-na-2013-2020-gody/1

Декларация принципов международного культурного сотрудничества

URL: http://www.un.org/ru/documents/decl\_conv/declarations/culture.shtml

Договор Всемирной организации интеллектуальной собственности по авторскому праву 1996 года

URL: http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\_id=295160

Договор Всемирной организации интеллектуальной собственности по исполнениям и фонограммам 1996 года

URL: http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\_id=295480

Европейская конвенция об охране археологического наследия

URL: http://docs.cntd.ru/document/1900043

Европейская конвенция об охране аудиовизуального наследия 2001 года

URL: http://docs.cntd.ru/document/901909726

Европейская конвенция о совместном кинематографическом производстве

URL: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=090000168007bd52

Европейская культурная конвенция 1954 года

URL: http://www.coe.int/ru/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/09000016800645e8

Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия 1972 года URL: http://whc.unesco.org/archive/convention-ru.pdf

Конвенция о применении Шенгенского соглашения от 14 июня 1985 г. между правительствами государств экономического союза Бенилюкс, Федеративной Республики Германии и Французской Республики о постепенной отмене проверок на общих границах

URL: http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/schengen/schengenconv.htm

Международные гостиничные правила, одобренные Советом Международной гостиничной ассоциации

URL: http://docs.cntd.ru/document/901813689

1. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур

URL: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_106124/

Международная конвенция по контракту на путешествие 1970 года

URL: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=INT;n=16768;dst=100007

Осакская декларация по туризму.

URL: http://docs.cntd.ru/document/901756803

Основные направления политики России в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества (Приложение № 1 к Концепции внешней политики Российской Федерации от 18 декабря 2010)

URL: http://www.mid.ru/ns-psmak.nsf/processQueryBl?OpenAgent

Парижская конвенция по охране промышленной собственности

URL: http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5111/

Регламент (ЕС) № 562/2006 Европейского Парламента и Совета от 15 марта 2006 г., устанавливающий Кодекс Сообщества о режиме пересечения людьми границ (Шенгенский кодекс о границах)

URL: http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/schengen/schengen\_code.htm

Соглашение и Стандартный контракт между отелем и перевозчиком, принятые МГА и Международным союзом участников дорожного транспорта

URL: http://tourlib.net/books\_tourism/senin\_pril11.htm

Соглашение между правительствами государств экономического союза Бенилюкс, Федеративной Республики Германии и Французской Республики о постепенной отмене проверок на общих границах.

URL: http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/schengen/schengenagr.htm

Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года

URL: http://government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9IxP7f2xm.pdf

Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года.

URL: http://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe\_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda

Тезисы «Внешняя культурная политика России» - год 2000 //Дипломатический вестник. 2000. № 4. С. 76 – 84.

Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)».

URL: http://russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody-/

1. Accord entre le gouvernement de la république française et le gouvernement des États-Unis d'Amérique relatif à la coopération scientifique et technologique

URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/traites/affichetraite.do?accord=TRA20080330

1. Accord entre le gouvernement de la République française et le gouvernement de la république des Philippines sur la coopération en matière de tourisme

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/traites/affichetraite.do?accord=TRA00001425

1. Accord de coopération linguistique entre le gouvernement de la République française et le gouvernement de la république populaire de Chine URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/traites/affichetraite.do?accord=TRA00001525
2. Accord sur les relations cinématographiques entre la France et l'Espagne

URL:http://basedoc.diplomatie.gouv.fr/exl-php/util/documents/accede\_document.php

Charte de la Francophonie adoptée par la Conférence ministérielle de la Francophonie Antananarivo, le 23 novembre 2005

URL :http://www.francophonie.org/IMG/pdf/charte\_francophonie.pdf

Cinq pôles d’excellence pour renouveler l’image touristique de la France. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international.

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/cinq-poles-d-excellence-pour-renouveler-l-image-touristique-de-la-france/

Code du tourisme. Version en vigueur au 22 mars 2017.

URL:https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do;jsessionid=E7A1FECE50469C86C9B50D35BD8D069B.tpdila15v\_3?idSectionTA=LEGISCTA000006175494&cidTexte=LEGITEXT000006074073&dateTexte=20170322

Connaître les touristes japonais. Formulaire du CCI Marseille Provence.

URL: http://www.ccimp.com/printpdf/31008

Conseil de promotion du tourisme. 20 mesures pour 2020 en faveur de la gastronomie et de l’œnologie françaises. 2014. URL :http://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/Rapport\_d\_etape\_-\_Conseil\_de\_promotion\_du\_tourisme\_cle096298.pdf

Déclaration d'intention entre le secrétaire d'État chargé du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger de la République française et le ministre de l'économie, du développement et du tourisme de la République du Chili relative à la coopération dans le domaine du tourisme

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/traites/affichetraite.do?accord=TRA00001564

Décret n° 2009-1393 du 11 novembre 2009 relatif aux missions et à l'organisation de l'administration centrale du ministère de la culture et de la communication URL :https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=E6318750620436D734F3DC9E08FCEE42.tpdjo13v\_1?cidTexte=JORFTEXT000021262661

Décret n° 2014-1048 du 15 septembre 2014 modifiant le décret n° 2009-37 du 12 janvier 2009 relatif à la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services

URL: https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000029460882&dateTexte=&categorieLien=id

Décret no 97-713 du 11 juin 1997 relatif aux attributions du ministre de la culture et de la communication, porte-parole du Gouvernement

URL:https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000734505

European Capitals of Culture (programme)

URL: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture\_en

Global Code of Ethics for Tourism

URL:http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism

Intégrer la langue française à notre offre touristique : un levier d’attractivité pour les régions et territoires. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international.

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/immersion-france-une-application-pour-promouvoir-le-tourisme-linguistique/

L’ Аssemblée Nationale. Évaluation du réseau culturel à l’étranger: 17 propositions pour dynamiser l’influence de la France. M. François Locnle et Mme Claudine Schmid, rapporteurs. - Jeudi 28 novembre 2013.

URL:http://www.assemblee-nationale.fr/14/controle/com\_cec/reseau\_culturel\_synthese\_rapport.pdf

La stratégie pour un tourisme français leader mondial/ Site du Gouvernement français.

URL: http://www.gouvernement.fr/action/la-strategie-pour-un-tourisme-francais-leader-mondial

1. List of the World Heritage UNESCO World Heritage Centre/

URL: http://whc.unesco.org/ru/list/?cid=31&lother=ru&&mode=table

Loi du 24 septembre 1919 portant création de stations hydrominérales, climatiques et de tourisme, établissant des taxes spéciales dans les dites stations et réglementant l'office national du tourisme.

 URL: https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000316010&dateTexte=20071221

Loi № 60-708 du 22 juillet 1960 relative à la création de parcs nationaux

URL: https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068200&dateTexte=19910416

Manila Declaration on World Tourism

URL: unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1

Ministère des Affaires étrangères et du Développement international. 30 décisions très concrètes pour un tourisme français leader mondial.

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/30-decisions-tres-concretes-pour-un-tourisme-francais-leader-mondial/

Osaka Millennium Declaration

URL: http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2001.1.v385u76984x63l88

Programmation 2015-2018 de l’OIF

URL: http://www.francophonie.org/IMG/pdf/programmation-nouvelle-web.pdf

Programme 134 : Développement des entreprises et du tourisme. PLF 2016 - extrait du bleu budgétaire de la mission: économie.

URL: http://www.performance-publique.budget.gouv.fr/sites/performance\_publique/files/farandole/ressources/2016/pap/pdf/DBGPGMPGM134.pdf

Programme 185 «Diplomatie culturelle et d'influence»

URL: https://www.senat.fr/commission/fin/pjlf2015/np/np01/np014.html

Programme « Action extérieure de l’état ». URL:https://www.senat.fr/fileadmin/Fichiers/Images/relations\_internationales/Expatries/PDF/PAP\_2014\_BG\_action\_exterieure\_etat.pdf

1. Programme Odyssee pour la residence d'artistes.

URL: http://www.accr-europe.org/wp-content/uploads/2016/09/Appel\_projets\_Odyssee\_2017\_FINAL.pdf

1. Religious Heritage and Tourism: how to increase religious heritage tourism in a changing society (programme).

URL: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/provisionalprogrammeweb\_11.pdf

Report of the 9th World Congress on Snow and Mountain Tourism

URL: http://www.congresdeneu.ad/

1. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity URL:http://www.unesco.org/culture/ich/en/lists?country=00077&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs
2. Six mesures et six chantiers pour revaloriser la filière touristique française URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/le-conseil-de-promotion-du-tourisme-six-mesures-et-six-chantiers-pour/

The Hague Declaration on Tourism

URL:http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1989.15.4.1

Traité entre la France et la Russie

URL: http://basedoc.diplomatie.gouv.fr/exl-php/util/documents/accede\_document.php

Traité de l'Élysée

URL:https://fr.wikisource.org/wiki/Trait%C3%A9\_de\_l%27%C3%89lys%C3%A9e

**Выступления официальных лиц**

Huchon J.-P. (ex-président socialiste de la région Ile-de-France): Terrorisme : une «cellule de crise » pour coordonner le soutien au tourisme

 URL: http://www.quotidiendutourisme.com/destination/terrorisme-une-cellule-de-crise-pour-coordonner-le-soutien-au-tourisme/102609

Legendre J., Gorce G. Avis présenté au nom de la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées sur le projet de loi de finances pour 2017. Tome II. Action extérieure de l’état : diplomatie culturelle et d’influence URL :http://www.senat.fr/rap/a16-142-2/a16-142-21.pdf

Sharon E. Rapport au premier ministre sur la destination France après les attentats. Diagnostic et propositions. - 83 p.

URL: http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/164000582.pdf

**Статистические данные**

1. Atout France. Chiffres clés et études.

URL: http://atout-france.fr/services/chiffres-cles-et-etudes

Direction générale des entreprises (DGE). Chiffres clés du tourisme. Edition 2016.

URL: http://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/chiffres-cles/2016-Chiffres-cles-tourisme-FR.pdf

Geographie du tourisme – Chiffres, flux et espaces.

URL: http://94.23.59.24/~mastrost/marine/Fichiers\_Cours\_IUP\_LEST/Histoire\_Geo/GEORES04a.pdf

Infographie «Le ministère des Affaires étrangères et du Développement international (MAEDI) en chiffres»

URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/le-ministere-et-son-reseau/le-ministere-en-chiffres/

L'action culturelle de la France à l'étranger en questions et chiffres/ URL :http://www.nonfiction.fr/article-6152-laction\_culturelle\_de\_la\_france\_a\_letranger\_en\_questions.htm

L’Echo touristique. Dossier de l'été 2016 : les chiffres clés du tourisme. URL:http://www.lechotouristique.com/article/dossier-de-l-ete-2016-les-chiffres-cles-du-tourisme,83771

Politique étrangère de la France. Tourisme en chiffres

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/tourism

**Литература**

**Книги и брошюры**

Николаева Ю.В.Актуальные проблемы внешней культурной политики Франции в начале XXI века. – СПб.: изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013. – 200 c.

1. Правовые аспекты туристической деятельности: коллоквиум (Франция-Россия, г. Шомбери, 22-23 мая 2008 г.). Материалы коллоквиума. - Иркутск, 2008. – 197 с.

Duthion B., Mandou C. L'innovation dans le tourisme: Culture numérique et nouveaux modes de vie. - Paris, 2016. – 137 p. URL : https://books.google.ru/books?id=D\_F-DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false

Girard A., Gentil G. Cultural Development: Experiences and Policies: 2nd ed. - Paris, 1983. – 189 p. URL:http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000022/002228eo.pdf

Le marché touristique chinois: une première approche. TANGARA consulting. Office du tourisme d’Arles. – Arles: CDT, 2013. URL: http://www.arlestourisme.com/assets/pdf/pdfs\_document/1181224626.pdf

Lombard A. Politique culturelle internationale. Le modèle français face à la mondilisiation. - Paris, 2003. – 368 p. URL:http://www.maisondesculturesdumonde.org/sites/default/files/editions/mep\_politique\_culturelle....pdf (дата обращения – 20.01.2017)

Mirlesse A, Anglade A. Quelle politique culturelle pour la France? Débat HEC-ENS à l’École Normale Supérieure. – Paris, 2006. URL:http://www.eleves.ens.fr/pollens/seminaire/seances/politique-culturelle/politique-culturelle-francaise.pdf

Nash D. The Study of Tourism. Anthropological and Sociological Beginnings. - Amsterdam, 2007. – 319 p. URL: http://mudrac.ffzg.hr/~dpolsek/sociologija%20turizma/turizam%20nash%20jafari.pdf

Poirrier P. L’État et la culture en France au vingtième siècle. - Paris, 2000. – 250 p.

Raymond J.-F. L’action culturelle exterieure de la France. - Paris, 2000. – 136 p.

Roche F. La diplomatie culturelle dans les relations bilatérales / F. Roche. Sens Public revue web, 2006. – 134 р.

**Статьи**

Агеева В.Д. Реформирование концепции внешней культурной политики Франции: "дипломатия влияния" и феномен "мягкой силы". Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. - 2015. № 8 (58): в 3-х ч. Ч. I. C. 13-16.

Архарова И. Последствия теракта: спрос на туры в Санкт-Петербург просядет как минимум до начала лета URL: http://www.tourprom.ru/news/35496/

Василенко Е.В. Культурная дипломатия как инструмент «мягкой силы» государства// Сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы. – 2015. 23 ноября URL:http://www.perspektivy.info/rus/ekob/kulturnaja\_diplomatija\_kak\_instrument\_magkoj\_sily\_gosudarstva\_2015-11-23.htm

Корнеев С.Е., Викулова О.Н. Международно-правовое регулирование туристской деятельности // Туризм: право и экономика. - 2005. № 4. С. 24–27.

Косенко С. Культура Франции на службе внешней политики // Обозреватель. Observer. 2013, №10. С.38-50.

Николаева Ю.В. Проблемы реформирования внешней культурной политики Франции в начале XXI века. Вестник СПбГУ. – 2014. Вып. 1. С.146-153

URL: http://vestnik.spbu.ru/html14/s06/s06v1/16.pdf

Новичков В.И., Полозков М.Ю. Анализ опыта государственного регулирования туризма в развитых странах. // Известия Уральского государственного экономического университета. - 2008. № 3 (22) URL:http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-opyta-gosudarstvennogo-regulirovaniya-turizma-v-razvityh-stranah

Фокин В.И. Формирование содержания понятий «внешняя культурная политика» и «культурная дипломатия» в международной деятельности современных государств// Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. - 2003. № 2. – С.125-129.

Abel-Normandin S. Notre sondage : les attentats de Paris et Bruxelles

URL : https://pagtour.info/archives/4196

En France, le risque terroriste met en péril tout le secteur du tourisme.// Le monde. - 2016. 10 Aout

URL: http://www.lemonde.fr/economie-francaise/article/2016/08/10/en-france-le-risque-terroriste-met-en-peril-tout-le-secteur-du-tourisme\_4980723\_1656968.html

Graziani S. La politique culturelle comme objet de recherche. // Quaderni. - 2004, Printemps, №54. - pp. 5-13

URL: http://www.persee.fr/doc/quad\_0987-1381\_2004\_num\_54\_1\_1607?q=politique+culturelle

Lehalle E. Une brève histoire du tourisme // Nouveau Tourisme Culturel, définitions et stratégies. – 2015

 URL: http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2015/03/05/breve-histoire-du-tourisme/

Lemieux E. Nouvelle guerre coloniale. La France aurait-elle perdu la guerre du soft power?/ E. Lemieux// Le nouvel economiste. – 2010

 URL: http://www.lenouveleconomiste.fr/nouvelle-guerre-coloniale-3339/

Martel F. Pourquoi la France va perdre la bataille du «soft power»/ F.Martel//L’express. – 2011

URL :http://www.lexpress.fr/actualite/politique/pourquoi-la-france-a-perdu-la-bataille-de-la-diplomatie-culturelle\_1061087.html

Monferrand A. Il y a cent ans la création de la première administration du tourisme. Pour Mémoire. //Revue du ministère de l’Écologie, de l’Énergie, du Développement durable et de la Mer. - 2009. № 7, Hiver. Р. 198-201.

Orselli J. Le rôle déterminant des associations dans la création de la première administration du tourisme en 1910. L’action du Touring-Club de France. URL :http://www.sens-public.org/article235.html?lang=fr

Sumpf A. Les premiers syndicats d’initiative. //Histoire par l'image. – 2010

URL: http://www.histoire-image.org/etudes/premiers-syndicats-initiative

**Материалы с официальных сайтов**

Официальный сайт Федерального агентства по туризму. ФГУП «Национальный маркетинговый центр по туризму»

URL: http://www.russiatourism.ru/contents/ob\_agentstve/podvedomstvennye-organizatsii/fgup-natsionalnyy-marketingovyy-tsentr-po-turizmu-fsue-visit-russia/

Site de Campus France. Promouvoir l'enseignement supérieur français.

URL: http://www.campusfrance.org/fr/page/promouvoir-lenseignement-superieur-francais

Site de la Direction générale de la mondialisation, de la culture, de l’enseignement et du développement international

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/organigramme\_dgm\_240117\_cle813181.pdf

1. Site de la Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d’Initiative. Le rôle de la Fédération Nationale.

URL: http://www.offices-de-tourisme-de-france.org/la-federation-nationale/role-et-missions/le-role-de-la-federation-nationale

Site de l’Institut français. «Faites notre connaissance»

URL: http://www.institutfrancais.com/fr/faites-notre-connaissance-0/#missions

Site de L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). Histoire

URL: http://www2.unwto.org/fr/content/histoire

Site du Centre de documentation des musées. Touring Club de France.

URL: http://opac.lesartsdecoratifs.fr/fiche/touring-club-de-france

Site du Conseil national du tourisme. Histoire, organisation, publications.

URL: http://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\_services/tourisme/acteurs/cnt/livret-CNT.pdf

Site du Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports. Rôle du CFSI

URL: http://www.sports.gouv.fr/international/strategie-nationale/Comite-francais-du-sport-international/article/Comite-francais-du-sport-international

Site du Ministère de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. La coopération internationale en matière de recherche

URL: http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid56277/la-politique-de-cooperation-internationale.html

Site du Ministère des Affaires étrangères et du Développement international. Diplomatie culturelle

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-culturelle/

1. L’Echo touristique. Dossier de l'été 2016 : les chiffres clés du tourisme.

URL:http://www.lechotouristique.com/article/dossier-de-l-ete-2016-les-chiffres-cles-du-tourisme,83771 (дата обращения – 22.04.2017) [↑](#footnote-ref-1)
2. Николаева Ю.В.Актуальные проблемы внешней культурной политики Франции в начале XXI века. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013. 200 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Косенко, С. В. Культура в палитре внешней политики. Опыт Франции. M.: Восток-Запад. 2010. 320 с.; Косенко, С. В. Мягкое могущество в твердой упаковке. - М.: Изд-во МГИМО, 2011. 416 с.; Косенко С. Культура Франции на службе внешней политики URL:http://www.observer.materik.ru/observer/N10\_2013/038\_050.pdf (дата обращения – 23.02.2017) [↑](#footnote-ref-3)
4. Lombard A. Politique culturelle internationale. Le modèle français face à la mondilisiation. - Paris, 2003. 360 p. [↑](#footnote-ref-4)
5. Martel F. Pourquoi la France va perdre la bataille du «soft power» URL :http://www.lexpress.fr/actualite/politique/pourquoi-la-france-a-perdu-la-bataille-de-la-diplomatie-culturelle\_1061087.html(дата обращения – 21.01.2017) [↑](#footnote-ref-5)
6. Mirlesse A, Anglade A. Quelle politique culturelle pour la France? Débat HEC-ENS à l’École Normale Supérieure. - Paris, 2006.

URL:http://www.eleves.ens.fr/pollens/seminaire/seances/politique-culturelle/politique-culturelle-francaise.pdf (дата обращения – 21.01.2017) [↑](#footnote-ref-6)
7. Lemieux E. Nouvelle guerre coloniale. La France aurait-elle perdu la guerre du soft power?

URL: http://www.lenouveleconomiste.fr/nouvelle-guerre-coloniale-3339/ (дата обращения – 21.01.2017) [↑](#footnote-ref-7)
8. Lehalle E. Une brève histoire du tourisme.

URL:http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2015/03/05/breve-histoire-du-tourisme/ (дата обращения - 04.03.2017) [↑](#footnote-ref-8)
9. Monferrand A. Il y a cent ans la création de la première administration du tourisme, Pour Mémoire //Revue du ministère de l’Écologie, de l’Énergie, du Développement durable et de la Mer, 2009. Hiver, n° 7, p. 198-201. [↑](#footnote-ref-9)
10. Monferrand A., Berthonnet A. Cent ans d’organisation administrative du tourisme (1910 à nos jours). P.17

URL: http://www.archives-orales.developpement-durable.gouv.fr/docs/Manifestation/0000/Manifestation-0000034/Actes\_du\_colloque\_Pour\_memoire\_hors-serie\_juillet\_2012.pdf (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-10)
11. Новичков В.И., Полозков М.Ю. Анализ опыта государственного регулирования туризма в развитых странах. // Известия Уральского государственного экономического университета. - 2008. № 3 (22)

URL:http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-opyta-gosudarstvennogo-regulirovaniya-turizma-v-razvityh-stranah (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-11)
12. Корнеев С.Е., Викулова О.Н. Международно-правовое регулирование туристской деятельности // Туризм: право и экономика. - 2005. № 4. С. 24–27. [↑](#footnote-ref-12)
13. Duthion B., Mandou C. L'innovation dans le tourisme: Culture numérique et nouveaux modes de vie. - Paris, 2016. – 137 p.

URL : https://books.google.ru/books?id=D\_F-DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false (дата обращения - 06.03.2017) [↑](#footnote-ref-13)
14. Manila Declaration on World TourismURL:http://www.e-URL:unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1(дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-14)
15. The Hague Declaration on Tourism

URL:http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1989.15.4.1 (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-15)
16. Global Code of Ethics for Tourism

URL:http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-16)
17. Six mesures et six chantiers pour revaloriser la filière touristique française URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/le-conseil-de-promotion-du-tourisme-six-mesures-et-six-chantiers-pour/ (дата обращения - 16.03.2017) [↑](#footnote-ref-17)
18. Accord entre le gouvernement de la République française et le gouvernement de la république des Philippines sur la coopération en matière de tourisme

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/traites/affichetraite.do?accord=TRA00001425 (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-18)
19. Code du tourisme. Version en vigueur au 22 mars 2017.

URL:https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do;jsessionid=E7A1FECE50469C86C9B50D35BD8D069B.tpdila15v\_3?idSectionTA=LEGISCTA000006175494&cidTexte=LEGITEXT000006074073&dateTexte=20170322 **( дата обращения – 22.03.2017)** [↑](#footnote-ref-19)
20. LOI n° 2009-888 du 22 juillet 2009 de développement et de modernisation des services touristiques URL:https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020893055&categorieLien=id **( дата обращения – 22.03.2017)** [↑](#footnote-ref-20)
21. Le Programme 185 «Diplomatie culturelle et d'influence»

URL :https://www.senat.fr/commission/fin/pjlf2015/np/np01/np014.html (дата обращения - 02.02.2017) [↑](#footnote-ref-21)
22. Programme « Action extérieure de l’état ». URL:https://www.senat.fr/fileadmin/Fichiers/Images/relations\_internationales/Expatries/PDF/PAP\_2014\_BG\_action\_exterieure\_etat.pdf (дата обращения - 02.02.2017) [↑](#footnote-ref-22)
23. L’ Аssemblée Nationale. Évaluation du réseau culturel à l’étranger: 17 propositions pour dynamiser l’influence de la France. M. François Locnle et Mme Claudine Schmid, rapporteurs. - Jeudi 28 novembre 2013.

URL:http://www.assemblee-nationale.fr/14/controle/com\_cec/reseau\_culturel\_synthese\_rapport.pdf /(дата обращения – 26.02.2017) [↑](#footnote-ref-23)
24. Декларация принципов международного культурного сотрудничества URL:http://www.un.org/ru/documents/decl\_conv/declarations/culture.shtml (дата обращения - 07.02.2017) [↑](#footnote-ref-24)
25. Европейская культурная конвенция 1954 года

URL:http://www.coe.int/ru/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/09000016800645e8 (дата обращения - 07.02.2017) [↑](#footnote-ref-25)
26. Конвенция о применении Шенгенского соглашения от 14 июня 1985 г. между правительствами государств экономического союза Бенилюкс, Федеративной Республики Германии и Французской Республики о постепенной отмене проверок на общих границах

URL:http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/schengen/schengenconv.htm (дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-26)
27. Официальный сайт МИД Французской Республики. Раздел «Культурная дипломатия»/Diplomatie culturelle

URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-culturelle/(дата обращения – 24.01.2017) [↑](#footnote-ref-27)
28. Ministère de la Culture et de la Communication. Missions.

URL:http://www.culturecommunication.gouv.fr/Nous-connaitre/Decouvrir-le-ministere/Missions (дата обращения - 07.02.2017) [↑](#footnote-ref-28)
29. Conseil national du tourisme. Histoire, organisation, publications.

URL: http://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\_services/tourisme/acteurs/cnt/livret-CNT.pdf **(дата обращения – 22.03.2017)** [↑](#footnote-ref-29)
30. Официальный сайт Французского института. Раздел Faites notre connaissance.

URL:http://www.institutfrancais.com/fr/faites-notre-connaissance-0/#missions (дата обращения 24.01.17) [↑](#footnote-ref-30)
31. Atout France. Chiffres clés et études.

 URL: http://atout-france.fr/services/chiffres-cles-et-etudes (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-31)
32. Фокин В.И. Формирование содержания понятий «внешняя культурная политика» и «культурная дипломатия» в международной деятельности современных государств. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. - 2003. № 2

URL: http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-soderzhaniya-ponyatiy-vneshnyaya-kulturnaya-politika-i-kulturnaya-diplomatiya-v-mezhdunarodnoy-deyatelnosti-sovremennyh (дата обращения – 20.01.2017) [↑](#footnote-ref-32)
33. Girard A., Gentil G. Cultural Development: Experiences and Policies: 2nd ed. Paris, 1983. P.135

URL:http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000022/002228eo.pdf (дата обращения – 20.01.2017) [↑](#footnote-ref-33)
34. Николаева Ю.В.Актуальные проблемы внешней культурной политики Франции в начале XXIвека. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013. С.12. [↑](#footnote-ref-34)
35. Lombard A. Politique culturelle internationale. Le modèle français face à la mondilisiation. - Paris, 2003.pp. 80-89

URL:http://www.maisondesculturesdumonde.org/sites/default/files/editions/mep\_politique\_culturelle....pdf (дата обращения – 20.01.2017) [↑](#footnote-ref-35)
36. Roche F. La diplomatie culturelle dans les relations bilatérales.

URL :http://www.sens-public.org/article235.html?lang=fr (дата обращения – 20.01.2017) [↑](#footnote-ref-36)
37. Poirrier P. L’État et la culture en France au vingtième siècle. - Paris, 2000. [↑](#footnote-ref-37)
38. Martel F. Pourquoi la France va perdre la bataille du «soft power»

URL :http://www.lexpress.fr/actualite/politique/pourquoi-la-france-a-perdu-la-bataille-de-la-diplomatie-culturelle\_1061087.html (дата обращения – 21.01.2017) [↑](#footnote-ref-38)
39. Lemieux E. Nouvelle guerre coloniale. La France aurait-elle perdu la guerre du soft power?

URL: http://www.lenouveleconomiste.fr/nouvelle-guerre-coloniale-3339/ (дата обращения – 21.01.2017) [↑](#footnote-ref-39)
40. Mirlesse A, Anglade A. Quelle politique culturelle pour la France? Débat HEC-ENS à l’École Normale Supérieure. - Paris, 2006.

URL:http://www.eleves.ens.fr/pollens/seminaire/seances/politique-culturelle/politique-culturelle-francaise.pdf (дата обращения – 21.01.2017) [↑](#footnote-ref-40)
41. Николаева Ю.В. Актуальные проблемы внешней культурной политики Франции в начале XXIвека. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013. С.20. [↑](#footnote-ref-41)
42. Graziani S. La politique culturelle comme objet de recherche. – 2004. Printemps, Quaderni, n°54. pp. 5-13

URL:http://www.persee.fr/doc/quad\_0987-1381\_2004\_num\_54\_1\_1607?q=politique+culturelle (дата обращения – 22.01.2017) [↑](#footnote-ref-42)
43. Агеева В.Д. Реформирование концепции внешней культурной политики Франции: "дипломатия влияния" и феномен "мягкой силы"

URL:http://scjournal.ru/articles/issn\_1997-292X\_2015\_8-1\_01.pdf (дата обращения – 26.02.2017) [↑](#footnote-ref-43)
44. Николаева Ю.В.Актуальные проблемы внешней культурной политики Франции в начале XXI века. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013, с. 6 [↑](#footnote-ref-44)
45. Lombard A. Politique culturelle internationale. Le modèle français face à la mondilisiation. - Paris, 2003. P.71

http://www.maisondesculturesdumonde.org/sites/default/files/editions/mep\_politique\_culturelle....pdf (дата обращения – 22.01.2017) [↑](#footnote-ref-45)
46. Raymond J.-F. L’action culturelle exterieure de la France. - Paris, 2000. P.16 [↑](#footnote-ref-46)
47. Chiffres clés du tourisme. Edition 2016.

URL: http://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/chiffres-cles/2016-Chiffres-cles-tourisme-FR.pdf (дата обращения – 22.01.2017) [↑](#footnote-ref-47)
48. Официальный сайт МИД Французской Республики. Раздел «Культурная дипломатия»/Diplomatie culturelle

URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-culturelle/(дата обращения – 24.01.2017) [↑](#footnote-ref-48)
49. Évaluation du réseau culturel à l’étranger: 17 propositions pour dynamiser l’influence de la France. M. François LONCLE et Mme Claudine SCHMID, rapporteurs, Jeudi 28 novembre 2013. Аssemblée Nationale.

URL:http://www.assemblee-nationale.fr/14/controle/com\_cec/reseau\_culturel\_synthese\_rapport.pdf /(дата обращения – 26.02.2017) [↑](#footnote-ref-49)
50. Официальный сайт Французского института. Раздел Faites notre connaissance.

URL:http://www.institutfrancais.com/fr/faites-notre-connaissance-0/#missions (дата обращения 24.01.17) [↑](#footnote-ref-50)
51. Legendre J., Gorce G. Avis présenté au nom de la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées sur le projet de loi de finances pour 2017. Tome II. Action extérieure de l’état : diplomatie culturelle et d’influence.

URL :http://www.senat.fr/rap/a16-142-2/a16-142-21.pdf (дата обращения - 01.02.2017) [↑](#footnote-ref-51)
52. Legendre J., Gorce G. Avis présenté au nom de la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées sur le projet de loi de finances pour 2017. Tome II. Action extérieure de l’état : diplomatie culturelle et d’influence.

URL :http://www.senat.fr/rap/a16-142-2/a16-142-21.pdf (дата обращения - 01.02.2017) [↑](#footnote-ref-52)
53. Официальный сайт Министерства по делам молодежи и спорта Франции. Раздел «Rôle du CFSI».

URL:http://www.sports.gouv.fr/international/strategie-nationale/Comite-francais-du-sport-international/article/Comite-francais-du-sport-international (дата обращения - 02.02.2017) [↑](#footnote-ref-53)
54. Programme Odyssee pour la residence d'artistes.

URL:http://www.accr-europe.org/wp-content/uploads/2016/09/Appel\_projets\_Odyssee\_2017\_FINAL.pdf (дата обращения - 06.02.2017) [↑](#footnote-ref-54)
55. Programme 134 : Développement des entreprises et du tourisme

URL: http://www.performance-publique.budget.gouv.fr/sites/performance\_publique/files/farandole/ressources/2016/pap/pdf/DBGPGMPGM134.pdf (дата обращения - 02.02.2017) [↑](#footnote-ref-55)
56. Le Programme 185 «Diplomatie culturelle et d'influence»

URL :https://www.senat.fr/commission/fin/pjlf2015/np/np01/np014.html (дата обращения - 02.02.2017) [↑](#footnote-ref-56)
57. Le programme Action extérieure de l’état URL:https://www.senat.fr/fileadmin/Fichiers/Images/relations\_internationales/Expatries/PDF/PAP\_2014\_BG\_action\_exterieure\_etat.pdf (дата обращения - 02.02.2017) [↑](#footnote-ref-57)
58. Rapport d'activité de l'Institut Français

URL:http://www.institutfrancais.com/sites/default/files/if-rapport-activite-2015-bd.pdf (дата обращения - 06.02.2017) [↑](#footnote-ref-58)
59. Charte de la Francophonie adoptée par la Conférence ministérielle de la Francophonie Antananarivo, le 23 novembre 2005

URL :http://www.francophonie.org/IMG/pdf/charte\_francophonie.pdf (дата обращения - 03.02.2017) [↑](#footnote-ref-59)
60. Programmation 2015-2018 de l’OIF

URL :http://www.francophonie.org/IMG/pdf/programmation-nouvelle-web.pdf (дата обращения - 03.02.2017) [↑](#footnote-ref-60)
61. Гаагская конвенция о защите культурных ценностей в случае вооружённого конфликта 1954 года URL:http://www.un.org/ru/documents/decl\_conv/conventions/pdf/hague54.pdf (дата обращения - 07.02.2017) [↑](#footnote-ref-61)
62. Декларация принципов международного культурного сотрудничества URL:http://www.un.org/ru/documents/decl\_conv/declarations/culture.shtml (дата обращения - 07.02.2017) [↑](#footnote-ref-62)
63. Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия 1972 года URL:http://whc.unesco.org/archive/convention-ru.pdf (дата обращения - 07.02.2017) [↑](#footnote-ref-63)
64. Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений URL:http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\_id=283702 (дата обращения - 06.02.2017) [↑](#footnote-ref-64)
65. Парижская конвенция по охране промышленной собственности URL:http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5111/ (дата обращения - 06.02.2017) [↑](#footnote-ref-65)
66. Всемирная конвенция об авторском праве

URL:http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_7229/ (дата обращения - 07.02.2017) [↑](#footnote-ref-66)
67. Договор ВОИС по авторскому праву 1996 года URL:http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\_id=295160 (дата обращения - 07.02.2017) [↑](#footnote-ref-67)
68. Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам 1996 года URL:http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\_id=295480 (дата обращения - 07.02.2017) [↑](#footnote-ref-68)
69. The Hague Declaration on Tourism

URL:http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1989.15.4.1 (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-69)
70. Manila Declaration on World TourismURL:http://www.e-URL:unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1(дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-70)
71. Global Code of Ethics for Tourism

URL:http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-71)
72. Европейская культурная конвенция 1954 года

URL:http://www.coe.int/ru/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/09000016800645e8 (дата обращения - 07.02.2017) [↑](#footnote-ref-72)
73. Европейская конвенция об охране археологического наследия

URL:http://docs.cntd.ru/document/1900043 (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-73)
74. Европейская конвенция о совместном кинематографическом производстве

URL:https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=090000168007bd52 (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-74)
75. Европейская конвенция об охране аудиовизуального наследия 2001 года

URL:http://docs.cntd.ru/document/901909726 (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-75)
76. Traité entre la France et la Russie

URL:http://basedoc.diplomatie.gouv.fr/exl-php/util/documents/accede\_document.php (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-76)
77. Traité de l'Élysée

URL:https://fr.wikisource.org/wiki/Trait%C3%A9\_de\_l%27%C3%89lys%C3%A9e (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-77)
78. Accord sur les relations cinématographiques entre la France et l'Espagne

URL:http://basedoc.diplomatie.gouv.fr/exl-php/util/documents/accede\_document.php (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-78)
79. Accord entre le gouvernement de la république française et le gouvernement des États-Unis d'Amérique relatif à la coopération scientifique et technologique

URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/traites/affichetraite.do?accord=TRA20080330 (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-79)
80. Accord de coopération linguistique entre le gouvernement de la République française et le gouvernement de la république populaire de Chine URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/traites/affichetraite.do?accord=TRA00001525(дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-80)
81. Accord entre le gouvernement de la République française et le gouvernement de la république des Philippines sur la coopération en matière de tourisme

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/traites/affichetraite.do?accord=TRA00001425 (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-81)
82. Déclaration d'intention entre le secrétaire d'État chargé du commerce extérieur, de la promotion du tourisme et des Français de l'étranger de la République française et le ministre de l'économie, du développement et du tourisme de la République du Chili relative à la coopération dans le domaine du tourisme

URL:<http://www.diplomatie.gouv.fr/traites/affichetraite.do?accord=TRA00001564> (дата обращения - 08.02.2017) [↑](#footnote-ref-82)
83. Lombard A. Politique culturelle internationale. Le modèle français face à la mondilisiation. - Paris, 2003. P.72

http://www.maisondesculturesdumonde.org/sites/default/files/editions/mep\_politique\_culturelle....pdf (дата обращения – 13.02.2017) [↑](#footnote-ref-83)
84. L'action culturelle de la France à l'étranger en questions

URL :http://www.nonfiction.fr/article-6152-laction\_culturelle\_de\_la\_france\_a\_letranger\_en\_questions.htm(Дата обращения – 13.02.2017) [↑](#footnote-ref-84)
85. Direction générale de la mondialisation, de la culture, de l’enseignement et du développement international

URL :http://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/organigramme\_dgm\_240117\_cle813181.pdf(Дата обращения – 13.02.2017) [↑](#footnote-ref-85)
86. Николаева Ю.В. Актуальные проблемы внешней культурной политики Франции в начале XXI века. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013. С. 25. [↑](#footnote-ref-86)
87. Николаева Ю.В. Актуальные проблемы внешней культурной политики Франции в начале XXI века. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013. С. 82. [↑](#footnote-ref-87)
88. Décret no 97-713 du 11 juin 1997 relatif aux attributions du ministre de la culture et de la communication, porte-parole du Gouvernement

URL:https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000734505 (дата обращения – 18.02.2017) [↑](#footnote-ref-88)
89. Décret n° 2009-1393 du 11 novembre 2009 relatif aux missions et à l'organisation de l'administration centrale du ministère de la culture et de la communication URL :https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=E6318750620436D734F3DC9E08FCEE42.tpdjo13v\_1?cidTexte=JORFTEXT000021262661 (дата обращения – 18.02.2017) [↑](#footnote-ref-89)
90. Le site du ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports. RôleduCFSI

URL:http://www.sports.gouv.fr/international/strategie-nationale/Comite-francais-du-sport-international/article/Comite-francais-du-sport-international (дата обращения – 18.02.2017) [↑](#footnote-ref-90)
91. La coopération internationale en matière de recherche

URL:http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid56277/la-politique-de-cooperation-internationale.html(дата обращения – 18.02.2017) [↑](#footnote-ref-91)
92. L’Institut Français. Faites notre connaissance

URL:http://www.institutfrancais.com/fr/faites-notre-connaissance-0 (дата обращения – 18.02.2017) [↑](#footnote-ref-92)
93. Официальный сайт агентстваCampusFrance. Раздел «Promouvoir l'enseignement supérieur français».

URL:http://www.campusfrance.org/fr/page/promouvoir-lenseignement-superieur-francais(дата обращения - 22.02.2017) [↑](#footnote-ref-93)
94. Infographie "Le ministère des Affaires étrangères et du Développement international (MAEDI) en chiffres"

URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/le-ministere-et-son-reseau/le-ministere-en-chiffres/ (дата обращения - 22.02.2017) [↑](#footnote-ref-94)
95. Косенко С. Культура Франции на службе внешней политики URL: http://www.observer.materik.ru/observer/N10\_2013/038\_050.pdf (дата обращения – 23.02.2017) [↑](#footnote-ref-95)
96. Nash D. The Study of Tourism. Anthropological and Sociological Beginnings. - Amsterdam, 2007. P.3

URL :http://mudrac.ffzg.hr/~dpolsek/sociologija%20turizma/turizam%20nash%20jafari.pdf (дата обращения - 04.03.2017) [↑](#footnote-ref-96)
97. Ibid [↑](#footnote-ref-97)
98. Lehalle E. Une brève histoire du tourisme.

URL:http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2015/03/05/breve-histoire-du-tourisme/ (дата обращения - 04.03.2017) [↑](#footnote-ref-98)
99. Sumpf A. Les premiers syndicats d’initiative, Histoire par l'image.

 URL : http://www.histoire-image.org/etudes/premiers-syndicats-initiative (дата обращения - 03.03.2017) [↑](#footnote-ref-99)
100. Duthion B., Mandou C. L'innovation dans le tourisme: Culture numérique et nouveaux modes de vie. - Paris, 2016. P.10

URL : https://books.google.ru/books?id=D\_F-DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false (дата обращения - 06.03.2017) [↑](#footnote-ref-100)
101. Centre de documentation des musées. Touring Club de France.

URL:http://opac.lesartsdecoratifs.fr/fiche/touring-club-de-france (дата обращения - 06.03.2017) [↑](#footnote-ref-101)
102. Lehalle E. Une brève histoire du tourisme.

URL:http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2015/03/05/breve-histoire-du-tourisme/ (дата обращения - 06.03.2017) [↑](#footnote-ref-102)
103. Monferrand A. Il y a cent ans la création de la première administration du tourisme, Pour Mémoire, //Revue du ministère de l’Écologie, de l’Énergie, du Développement durable et de la Mer. - 2009, Hiver. n° 7. Р. 198-201. [↑](#footnote-ref-103)
104. Loi du 24 septembre 1919 portant création de stations hydrominérales, climatiques et de tourisme, établissant des taxes spéciales dans les dites stations et réglementant l'office national du tourisme.

URL : https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000316010&dateTexte=20071221 (дата обращения - 04.03.2017) [↑](#footnote-ref-104)
105. Monferrand A., Berthonnet A. Cent ans d’organisation administrative du tourisme (1910 à nos jours). P.17

URL: http://www.archives-orales.developpement-durable.gouv.fr/docs/Manifestation/0000/Manifestation-0000034/Actes\_du\_colloque\_Pour\_memoire\_hors-serie\_juillet\_2012.pdf (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-105)
106. Orselli J. Le rôle déterminant des associations dans la création de la première administration du tourisme en 1910.

L’action du Touring-Club de France. P.36

URL: http://www.archives-orales.developpement-durable.gouv.fr/docs/Manifestation/0000/Manifestation-0000034/Actes\_du\_colloque\_Pour\_memoire\_hors-serie\_juillet\_2012.pdf (дата обращения - 15.04.2017) [↑](#footnote-ref-106)
107. Monferrand A., Berthonnet A. Cent ans d’organisation administrative du tourisme (1910 à nos jours). P.17

URL: http://www.archives-orales.developpement-durable.gouv.fr/docs/Manifestation/0000/Manifestation-0000034/Actes\_du\_colloque\_Pour\_memoire\_hors-serie\_juillet\_2012.pdf (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-107)
108. Ibid. [↑](#footnote-ref-108)
109. Monferrand A., Berthonnet A. Cent ans d’organisation administrative du tourisme (1910 à nos jours). P.17

URL: http://www.archives-orales.developpement-durable.gouv.fr/docs/Manifestation/0000/Manifestation-0000034/Actes\_du\_colloque\_Pour\_memoire\_hors-serie\_juillet\_2012.pdf (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-109)
110. Loi n°60-708 du 22 juillet 1960 relative à la création de parcs nationaux

URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068200&dateTexte=19910416> (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-110)
111. Lhoste G. Geographie du tourisme - flux et espaces.

URL: <http://94.23.59.24/~mastrost/marine/Fichiers_Cours_IUP_LEST/Histoire_Geo/GEORES04a.pdf> (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-111)
112. Monferrand A., Berthonnet A. Cent ans d’organisation administrative du tourisme (1910 à nos jours). P.17

URL: http://www.archives-orales.developpement-durable.gouv.fr/docs/Manifestation/0000/Manifestation-0000034/Actes\_du\_colloque\_Pour\_memoire\_hors-serie\_juillet\_2012.pdf (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-112)
113. Ibid. P.23. [↑](#footnote-ref-113)
114. Новичков В.И., Полозков М.Ю. Анализ опыта государственного регулирования туризма в развитых странах. //[Известия Уральского государственного экономического университета](http://cyberleninka.ru/journal/n/izvestiya-uralskogo-gosudarstvennogo-ekonomicheskogo-universiteta). - 2008. № 3 (22)

URL:http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-opyta-gosudarstvennogo-regulirovaniya-turizma-v-razvityh-stranah (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-114)
115. Atout France. Chiffres clés et études.

 URL: http://atout-france.fr/services/chiffres-cles-et-etudes (дата обращения - 08.03.2017) [↑](#footnote-ref-115)
116. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international. 30 décisions très concrètes pour un tourisme français leader mondial.

URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/30-decisions-tres-concretes-pour-un-tourisme-francais-leader-mondial/ (дата обращения - 14.03.2017) [↑](#footnote-ref-116)
117. Ibid. [↑](#footnote-ref-117)
118. Ibid. [↑](#footnote-ref-118)
119. Ibid. [↑](#footnote-ref-119)
120. Cinq pôles d’excellence pour renouveler l’image touristique de la France. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international.

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/cinq-poles-d-excellence-pour-renouveler-l-image-touristique-de-la-france/ (дата обращения - 14.03.2017) [↑](#footnote-ref-120)
121. Intégrer la langue française à notre offre touristique : un levier d’attractivité pour les régions et territoires. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international.

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/immersion-france-une-application-pour-promouvoir-le-tourisme-linguistique/ (дата обращения - 15.03.2017) [↑](#footnote-ref-121)
122. Intégrer la langue française à notre offre touristique : un levier d’attractivité pour les régions et territoires. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international.

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/immersion-france-une-application-pour-promouvoir-le-tourisme-linguistique/ (дата обращения - 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-122)
123. Six mesures et six chantiers pour revaloriser la filière touristique française URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/le-conseil-de-promotion-du-tourisme-six-mesures-et-six-chantiers-pour/ (дата обращения - 16.03.2017) [↑](#footnote-ref-123)
124. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international. 30 décisions très concrètes pour un tourisme français leader mondial.

URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/30-decisions-tres-concretes-pour-un-tourisme-francais-leader-mondial/ (дата обращения - 14.03.2017) [↑](#footnote-ref-124)
125. Conseil de promotion du tourisme. 20 mesures pour 2020 en faveur de la gastronomie et de l’œnologie françaises. 2014. URL : http://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/Rapport\_d\_etape\_-\_Conseil\_de\_promotion\_du\_tourisme\_cle096298.pdf (дата обращения - 16.03.2017) [↑](#footnote-ref-125)
126. Корнеев С.Е., Викулова О.Н. Международно-правовое регулирование туристской деятельности // Туризм: право и экономика. - 2005. № 4. С. 24–27. [↑](#footnote-ref-126)
127. Manila Declaration on World Tourism URL: http://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/65.%20Manila.PDF> ( дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-127)
128. The Hague Declaration on Tourism URL: http://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/68.%20The%20Hague.PDF ( дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-128)
129. Global Code of Ethics for Tourism URL:http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism ( дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-129)
130. Осакская декларация по туризму.

 URL:http://docs.cntd.ru/document/901756803 ( дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-130)
131. Osaka Millennium Declaration

URL:http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2001.1.v385u76984x63l88 ( дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-131)
132. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур

URL:http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_106124/ (дата обращения – 21.03.2017) [↑](#footnote-ref-132)
133. Международная конвенция по контракту на путешествие 1970 года

URL:http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=INT;n=16768;dst=100007 (дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-133)
134. Международные гостиничные правила, одобренные Советом Международной гостиничной ассоциации

URL:http://docs.cntd.ru/document/901813689 (дата обращения – 21.03.2017) [↑](#footnote-ref-134)
135. Соглашение и Стандартный контракт между отелем и перевозчиком, принятые МГА и Международным союзом участников дорожного транспорта

URL: http://tourlib.net/books\_tourism/senin\_pril11.htm (дата обращения – 21.03.2017) [↑](#footnote-ref-135)
136. Конвенция о применении Шенгенского соглашения от 14 июня 1985 г. между правительствами государств экономического союза Бенилюкс, Федеративной Республики Германии и Французской Республики о постепенной отмене проверок на общих границах

URL:http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/schengen/schengenconv.htm (дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-136)
137. Соглашение между правительствами государств экономического союза Бенилюкс, Федеративной Республики Германии и Французской Республики о постепенной отмене проверок на общих границах.

URL: http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/schengen/schengenagr.htm (дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-137)
138. Регламент (ЕС) № 562/2006 Европейского Парламента и Совета от 15 марта 2006 г., устанавливающий Кодекс Сообщества о режиме пересечения людьми границ (Шенгенский кодекс о границах)

URL: http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/schengen/schengen\_code.htm (дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-138)
139. Base des Traités et Accords et de la France

URL: http://basedoc.diplomatie.gouv.fr/Traites/Accords\_Traites.php (дата обращения – 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-139)
140. Code du tourisme. Version en vigueur au 22 mars 2017.

URL:https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do;jsessionid=E7A1FECE50469C86C9B50D35BD8D069B.tpdila15v\_3?idSectionTA=LEGISCTA000006175494&cidTexte=LEGITEXT000006074073&dateTexte=20170322 **( дата обращения – 22.03.2017)** [↑](#footnote-ref-140)
141. Conseil national du tourisme. Histoire, organisation, publications.

URL: http://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\_services/tourisme/acteurs/cnt/livret-CNT.pdf **(дата обращения – 22.03.2017)** [↑](#footnote-ref-141)
142. Conseil national du tourisme. Événementiel culturel et sportif et développement touristique

URL: http://www.veilleinfotourisme.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID\_FICHIER=1333691711388 **(дата обращения – 17.04.2017)** [↑](#footnote-ref-142)
143. Politique étrangère de la France. Tourisme

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/tourism/**(дата обращения – 17.04.2017)** [↑](#footnote-ref-143)
144. Décret n° 2014-1048 du 15 septembre 2014 modifiant le décret n° 2009-37 du 12 janvier 2009 relatif à la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services

URL: ttps://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000029460882&dateTexte=&categorieLien=id **( дата обращения – 24.03.2017)** [↑](#footnote-ref-144)
145. Direction Générale des Entreprises. Salon Mondial du Tourisme 2017 : valorisation de l'accessibilité touristique

URL: <http://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/salon-mondial-du-tourisme-2017-valorisation-de-accessibilite-touristique> **( дата обращения – 24.03.2017)** [↑](#footnote-ref-145)
146. Le site du Gouvernement français. La stratégie pour un tourisme français leader mondial

URL: <http://www.gouvernement.fr/action/la-strategie-pour-un-tourisme-francais-leader-mondial> **( дата обращения – 25.03.2017)** [↑](#footnote-ref-146)
147. Le site du Gouvernement français. La stratégie pour un tourisme français leader mondial

URL: <http://www.gouvernement.fr/action/la-strategie-pour-un-tourisme-francais-leader-mondial> **( дата обращения – 25.03.2017)** [↑](#footnote-ref-147)
148. Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d’Initiative. Le rôle de la Fédération Nationale.

URL: <http://www.offices-de-tourisme-de-france.org/la-federation-nationale/role-et-missions/le-role-de-la-federation-nationale> **(дата обращения – 25.03.2017)** [↑](#footnote-ref-148)
149. Правовые аспекты туристической деятельности: коллоквиум (Франция-Россия, г. Шомбери, 22-23 мая 2009 г.). Материалы коллоквиума, Иркутск, 2009. – С.87 [↑](#footnote-ref-149)
150. Site officiel du tourisme en France

**URL:http:/rendezvousenfrance.com/ (дата обращения – 29.03.2017)** [↑](#footnote-ref-150)
151. Atout France. Le conseil de promotion du tourisme

**URL** http://atout-france.fr/content/le-conseil-de-promotion-du-tourisme-0 **(дата обращения – 17.04.2017)** [↑](#footnote-ref-151)
152. Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). Histoire

URL:http://www2.unwto.org/fr/content/histoire **(дата обращения – 25.03.2017)** [↑](#footnote-ref-152)
153. Official site of The World Tourism Organization (UNWTO)

http://lmd.unwto.org/ ( дата обращения – 29.03.2017) [↑](#footnote-ref-153)
154. Religious Heritage and Tourism: how to increase religious heritage tourism in a changing society.

URL: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/provisionalprogrammeweb\_11.pdf ( дата обращения – 29.03.2017) [↑](#footnote-ref-154)
155. 9th World Congress on Snow and Mountain Tourism

URL:http://www.congresdeneu.ad/ ( дата обращения – 29.03.2017) [↑](#footnote-ref-155)
156. UNESCO World Heritage Centre URL:http://whc.unesco.org/ru/list/?cid=31&lother=ru&&mode=table **( дата обращения – 17.04.2017)** [↑](#footnote-ref-156)
157. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity URL:http://www.unesco.org/culture/ich/en/lists?country=00077&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs **( дата обращения – 17.04.2017)** [↑](#footnote-ref-157)
158. European Capitals of Culture URL:https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture\_en **( дата обращения – 17.04.2017)** [↑](#footnote-ref-158)
159. European Capitals of Culture URL:https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture\_en **( дата обращения – 17.04.2017)** [↑](#footnote-ref-159)
160. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international. Intégrer la langue française à notre offre touristique : un levier d’attractivité pour les régions et territoires.

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/l-action-du-maedi-en-matiere-de-promotion-du-tourisme/immersion-france-une-application-pour-promouvoir-le-tourisme-linguistique/ (дата обращения - 15.03.2017) [↑](#footnote-ref-160)
161. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international. Lancement de l’année franco-russe du tourisme culturel (4 avril 2016)

 URL:http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-culturelle/les-actualites-et-evenements-de-la-diplomatie-culturelle-en-2016/autres-actualites-et-evenements-de-la-diplomatie-culturelle-en-2016/article/lancement-de-l-annee-franco-russe-du-tourisme-culturel-04-04-16 (дата обращения - 03.04.2017) [↑](#footnote-ref-161)
162. Николаева Ю.В. Проблемы реформирования внешней культурной политики Франции в начале XXI века. Вестник СПбГУ. – 2014. Вып. 1. С.146-153

URL: <http://vestnik.spbu.ru/html14/s06/s06v1/16.pdf> (дата обращения - 07.04.2017) [↑](#footnote-ref-162)
163. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international .Le Grand Tour, un agenda culturel ambitieux

URL: http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-culturelle/les-actualites-et-evenements-de-la-diplomatie-culturelle-en-2016/le-grand-tour-francophone-2017/(дата обращения - 03.04.2017) [↑](#footnote-ref-163)
164. Le marché touristique chinois: une première approche. TANGARA consulting. Office du tourisme d’Arles – CDT, 2013.

URL: <http://www.arlestourisme.com/assets/pdf/pdfs_document/1181224626.pdf> (дата обращения - 07.04.2017) [↑](#footnote-ref-164)
165. Connaître les touristes japonais. CCI Marseille Provence

URL : <http://www.ccimp.com/printpdf/31008> (дата обращения - 07.04.2017) [↑](#footnote-ref-165)
166. Василенко Е.В. Культурная дипломатия как инструмент «мягкой силы» государства.// Сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы. – 2015.

URL: <http://www.perspektivy.info/rus/ekob/kulturnaja_diplomatija_kak_instrument_magkoj_sily_gosudarstva_2015-11-23.htm> (дата обращения - 09.04.2017) [↑](#footnote-ref-166)
167. Abel-Normandin S. Notre sondage : les attentats de Paris et Bruxelles

[URL : https://pagtour.info/archives/4196](file:///C%3A%5CUsers%5C%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5CDownloads%5CURL%20%3A%20https%3A%5Cpagtour.info%5Carchives%5C4196l) (дата обращения - 05.04.2017) [↑](#footnote-ref-167)
168. Ministère des Affaires étrangères et du Développement international . Campagne de la promotion de la destination Paris URL :<http://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/dp_campagne_de_relance_destination_paris_hd_2__cle486e3e.pdf> (дата обращения - 05.04.2017) [↑](#footnote-ref-168)
169. Terrorisme : une « cellule de crise » pour coordonner le soutien au tourisme

 URL : <http://www.quotidiendutourisme.com/destination/terrorisme-une-cellule-de-crise-pour-coordonner-le-soutien-au-tourisme/102609> (дата обращения - 05.04.2017) [↑](#footnote-ref-169)
170. En France, le risque terroriste met en péril tout le secteur du tourisme. Le monde.
URL:http://www.lemonde.fr/economie-francaise/article/2016/08/10/en-france-le-risque-terroriste-met-en-peril-tout-le-secteur-du-tourisme\_4980723\_1656968.html (дата обращения - 05.04.2017) [↑](#footnote-ref-170)
171. Sharon E. Rapport au premier ministre sur la destination France après les attentats. Diagnostic et propositions. P. 56. URL: http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/164000582.pdf (дата обращения - 07.04.2017) [↑](#footnote-ref-171)
172. Legendre J., Gorce G. Avis présenté au nom de la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées sur le projet de loi de finances pour 2017. Tome II. Action extérieure de l’état : diplomatie culturelle et d’influence. URL :http://www.senat.fr/rap/a16-142-2/a16-142-21.pdf (дата обращения - 09.04.2017) [↑](#footnote-ref-172)
173. Sharon E. Rapport au premier ministre sur la destination France après les attentats. Diagnostic et propositions. P. 59. URL: http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/164000582.pdf (дата обращения - 07.04.2017) [↑](#footnote-ref-173)
174. Ibid. [↑](#footnote-ref-174)
175. Федеральное агентство по туризму. Статистические данные по РФ URL:http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/vyborochnaya-statisticheskaya-informatsiya-rasschitannaya-v-sootvetstvii-s-ofitsialnoy-statisticheskoy-metodologiey-otsenki-chisla-vezdnykh-i-vyezdnykh-turistskikh-poezdok/ (дата обращения – 27.04.2017) [↑](#footnote-ref-175)
176. World Heritage List Statistics

URL:http://whc.unesco.org/en/list/stat#d1 (дата обращения – 27.04.2017) [↑](#footnote-ref-176)
177. Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года

URL: http://government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9IxP7f2xm.pdf (дата обращения - 12.04.2017) [↑](#footnote-ref-177)
178. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013 - 2020 годы»

URL: http://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/gosudarstvennaya-programma-rossiyskoy-federatsii-razvitie-kultury-i-turizma-na-2013-2020-gody/1 (дата обращения - 12.04.2017) [↑](#footnote-ref-178)
179. Федеральное агентство по туризму. ФГУП «Национальный маркетинговый центр по туризму»

URL: http://www.russiatourism.ru/contents/ob\_agentstve/podvedomstvennye-organizatsii/fgup-natsionalnyy-marketingovyy-tsentr-po-turizmu-fsue-visit-russia/ (дата обращения - 14.04.2017) [↑](#footnote-ref-179)
180. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)».

URL: http://russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody-/ (дата обращения - 14.04.2017) [↑](#footnote-ref-180)
181. Федеральное агентство по туризму. Распределения бюджетных средств по мероприятиям ФЦП

URL: <http://russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody-/raspredeleniya-byudzhetnykh-sredstv-po-meropriyatiyam-ftsp> (дата обращения - 14.04.2017) [↑](#footnote-ref-181)
182. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года.

URL: <http://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda> (дата обращения - 10.04.2017) [↑](#footnote-ref-182)
183. Тезисы «Внешняя культурная политика России» - год 2000 //Дипломатический вестник. 2000. № 4. С. 76 – 84. [↑](#footnote-ref-183)
184. Основные направления политики России в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества ([Приложение № 1 к Концепции внешней политики Российской Федерации](http://www.mid.ru/Ns-osndoc.nsf/arh/45E54C90F9E14EE0C3257845002804F3?OpenDocument) от 18 декабря 2010) URL: http://www.mid.ru/ns-psmak.nsf/processQueryBl?OpenAgent (дата обращения - 19.04.2017) [↑](#footnote-ref-184)
185. Федеральное агентство по туризму. Перечень и контактная информация туристско-информационных центров URL: http://www.russiatourism.ru/contents/turism\_v\_rossii/tour\_centres/perechen-i-kontaktnaya-informatsiya-turistsko-informatsionnykh-tsentrov/ (дата обращения - 14.04.2017) [↑](#footnote-ref-185)
186. Архарова И. Последствия теракта: спрос на туры в Санкт-Петербург просядет как минимум до начала лета. URL: http://www.tourprom.ru/news/35496/ (дата обращения - 14.04.2017) [↑](#footnote-ref-186)