

Le rayonnement culturel de la France

Sur quoi repose le « soft power » français ?

VOCABULAIRE

Francophone: personne parlant français tous les jours (langue maternelle ou administrative).

Soft power: capacité d'un État à influencer sans contrainte les autres États.



2 L'attractivité de la France

« La France conjugue l'attraction qu'exerce le territoire sur les touristes et les visiteurs de toute nature (beauté et variété du patrimoine historique et naturel, art de vivre), le prestige des produits (cosmétiques, vins, fromages, charcuterie, etc.) et de la haute gastronomie, le rayonnement mondial du luxe français (LVMH, Kering, Hermès, etc.) mais aussi la culture classique (la ruée sur les musées et le patrimoine français, l'Alliance française et le réseau d'enseignement français à l'étranger qui ne parviennent pas à répondre à la demande). On pourrait dresser ici une liste à la Prévert: mathématiciens (très importants dans l'économie numérique américaine et les NTIC¹), archéologues, anthropologues, créateurs, stylistes, architectes, artistes, musiciens (la *french touch* électronique), dessinateurs, ingénieurs, médecins, chirurgiens, écrivains, philosophes, sportifs, ONG, etc. »

D'après Hubert VÉDRINE, *La France au défi*, Fayard, 2014.

1. Nouvelles technologies de l'information et de la communication.

1 Le chef Éric Ripert, lors du tournage de son émission en Corée

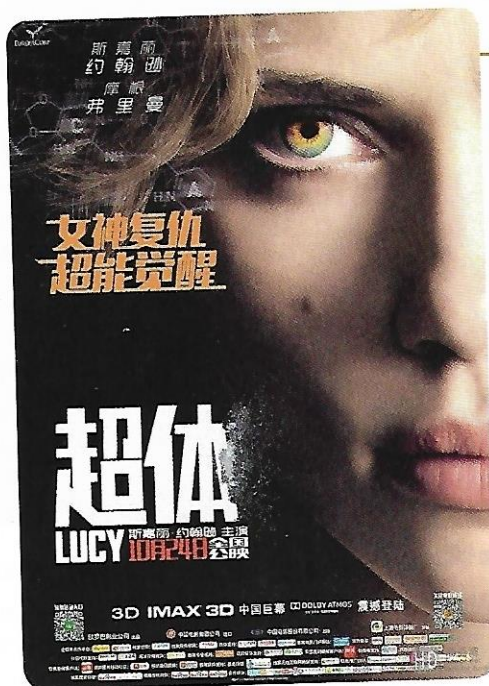
Ce cuisinier français, installé à New York, est à la tête du Bernardin, un restaurant 3 étoiles. Il possède sa propre émission de télévision, « Avec Eric », diffusée sur la chaîne publique américaine PBS. La gastronomie française est inscrite au patrimoine mondial de l'Unesco depuis 2010.

➔ Qu'est-ce que la présence de chefs français à l'étranger peut apporter au rayonnement de la France ?

3 Affiche chinoise du film *Lucy*

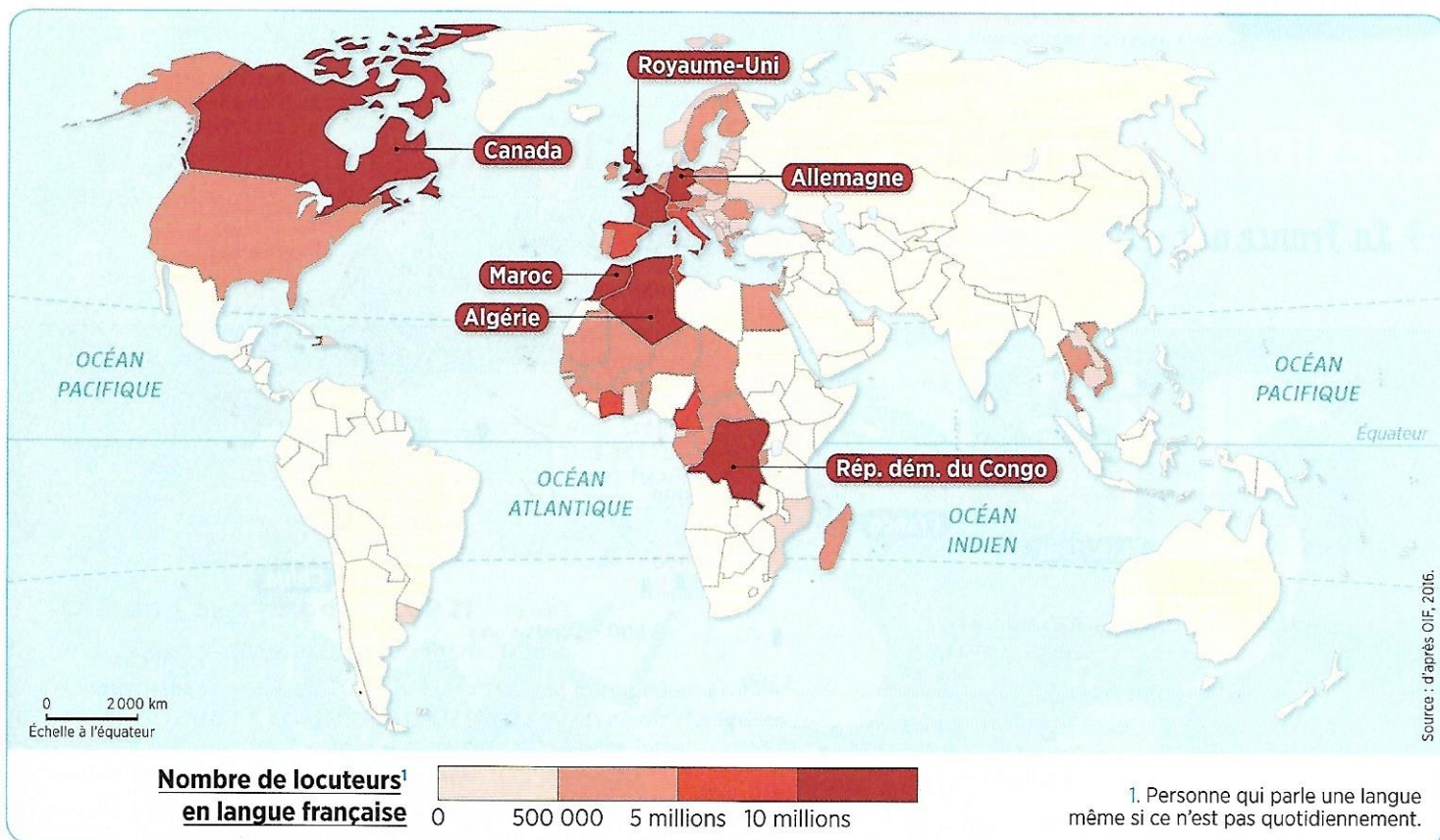
En 2014, le film de Luc Besson, avec comme actrice principale Scarlett Johansson, a réalisé plus de 50 millions d'entrées dans une cinquantaine de pays. Le cinéma français est celui qui s'exporte le mieux après celui des États-Unis.

➔ Connaissez-vous d'autres films français qui, ces dernières années, se sont bien exportés ?



➔ Relevez les éléments d'attractivité de la France.





5 Les voix médiatiques de la France

➔ De quelle manière la France fait-elle entendre sa voix ?

6 L'avenir de la langue française

« À s'obnubiler sur l'usage du français dans les seules organisations internationales, on oublie que si l'on ne parle plus le français dans les rues de Québec, si on ne le comprend plus sur les marchés de Kinshasa, dans les médinas de Casablanca ou d'Alger, si on ne l'apprend plus à Shanghai, à São Paulo, à Bombay, on ne le parlera plus bientôt dans les couloirs des Nations unies. Et pour qu'il reste désiré, il faut évidemment qu'il reste fonctionnel, un véhicule de savoir, de divertissement, de culture, et surtout, qu'il donne accès dans les pays francophones à l'emploi, à la vie professionnelle, à la reconnaissance sociale. »

D'après Michel FOUCHER (dir.), *Atlas de l'influence française au XXI^e siècle*, Robert Laffont, 2013.

➔ À l'aide du document 5, expliquez comment faire pour que le français progresse dans le monde.

4 Les francophones dans le monde

Le français est la 7^e langue la plus parlée dans le monde. 220 à 270 millions de personnes l'utilisent même quotidiennement.

➔ Quel continent compte le plus de francophones ?

Projet d'équipe



La situation ➔ Vous êtes une équipe de conseillers du ministre des Affaires étrangères. Vous devez préparer pour ce dernier une intervention de quelques minutes sur l'influence culturelle de la France dans le monde, qui sera prononcée lors de la présentation des vœux aux ambassadeurs.

La mission ➔ En équipe de trois, réalisez un travail écrit pour montrer l'influence culturelle de la France dans le monde.

Organisez-vous pour y répondre :

- Commencez par repérer les grands thèmes qu'il faudra aborder.
- Répartissez-vous les thèmes et, pour chacun, relevez dans les documents les informations nécessaires. Si vous trouvez des limites à l'influence, n'hésitez pas à les mentionner.
- Mettez votre travail en commun et rédigez ensemble l'intervention.

Compétence travaillée: organiser son travail dans le groupe
Domaine: travailler et mutualiser