УДК 008

Деятельность русской православной церкви во Франции и ее восприятие французскими СМИ

Зарипова Алия Ильдаровна

Аспирант,
преподаватель кафедры международной журналистики,
Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации,
119454, Российская Федерация, Москва, просп. Вернадского, 76;
e-mail: Aliyazaripova357@gmail.com

Аннотация

Многочисленные рейтинги странового имиджа, в которых Россия традиционно занимает далеко не первое место, показывают необходимость уделять достаточное внимание разным сферам, которые вкупе составляют образ страны. Роль публичной дипломатии как непосредственного элемента мягкой силы в выстраивании такого образа за рубежом велика и во многом недооценена, однако именно использование этого способа «мирной экспансии» может помочь в грамотном выстраивании имиджа территории, особенно если речь идет о таком сложном и составном понятии как восприятие России вне ее пределов. В частности, речь идет о религиозной сфере, а именно о деятельности Русской Православной церкви за пределами России. В статье рассматривается активность РПЦ на территории Франции, как одной из ключевых стран-партнеров России. Дается исторический экскурс в историю вопроса, с самых первых упоминаний религиозных особенностей русских во французских источниках XVII века, на протяжении «золотого века» русско-французских отношений в начале XX века (в том числе, в отношении религиозного присутствия на территории Франции) до самых современных реакций на те или иные мероприятия, проводимые при поддержке Русской Православной церкви во Франции, к примеру, в связи с открытием нового культурного центра в Париже. В том числе анализируется восприятие событий во Франции, так или иначе связанных с деятельностью зарубежной епархии Русской православной церкви, которые находят отражение в публикациях в ведущих французских печатных изданиях.

Для цитирования в научных исследованиях

Зарипова А.И. Деятельность русской православной церкви во Франции и ее восприятие французскими СМИ // Культура и цивилизация. 2019. Том 9. № 2А. С. 34-44.

Ключевые слова

Публичная дипломатия, религия, Русская Православная церковь, русско-французские отношения, французская пресса, «мягкая сила», межкультурная коммуникация, СМИ.

Publishing House "ANALITIKA RODIS" (analitikarodis@yandex.ru) http://publishing-vak.ru/

Введение. Роль публичной дипломатии в страновом брендинге

В условиях современных социокультурных трансформаций язык средств массовой коммуникации все чаще использует такие понятия, как «мягкая сила» и «страновой брендинг». Причем о «мягкой силе» говорят не только дипломаты [Зонова, 2014], но и люди творческих профессий – музыканты, художники [Субботина, 2018; Чупрова, 2014, 2016], при этом иногда неоправданно расширяя это понятие до близкого (но все же не тождественного ему) определения «публичная дипломатия», против чего решительно возражают специалисты [Лебедева, 2017]. Тем не менее публичная дипломатия – все же является признанным способом выражения «мягкой силы» [Глаголев, 2015]. Например, за счет прямого взаимодействия и непосредственного контакта народов разных стран, которое, часто невольно, но весьма действенно способствует улучшению образа контрагента. В том случае, когда в процессе подобного взаимодействия проходит сознательное и целенаправленное воздействие на партнеров, можно говорить о «мягкой силе».

Страновой имидж и территориальный брендинг – важные составляющие формирования образа страны в восприятии ее сторонними акторами. В некоторой степени можно говорить о том, что брендинг территорий существовал на интуитивном уровне еще задолго до появления подобных терминов. Несмотря на то, что само понятие «брендинг территорий» было использовано впервые лишь на рубеже XX и XXI британским исследователем Саймоном Анхольтом [Rendon, 2003], каждая мало-мальски значимая территория в ходе истории старалась завоевать достаточное уважение соседей, привлечь экономически выгодные предложения, при этом происходили подобные процессы как по светской, так и по религиозной линии [Шапкина, 2012]. Грамотный территориальный брендинг сегодня – это правильно выстроенный баланс не только внешнеполитического курса, но и внутренней политики, который нацелен на достижение исключительно серьезных целей, в экономическом, инвестиционном, культурном планах [Ковынева, 2014], а также на национальное продвижение в мировом масштабе [Kotler, Gertner, 2002].

Рейтинги стран мира начали составляться в середине XX века, сегодня их насчитываются уже десятки, и очевидно, что для оценки успешности или недостаточной разработанности странового бренда, исследователями используются разные подходы и модели: поскольку для каждого конкретного «бренда» основой успеха может служить кардинально различные факторы. К примеру, исследование наций мира, созданное упомянутым выше С. Анхольтом Anholt-GfK Nation Brands Index (Nation Brand Index) ориентируется на шесть составляющих: экспорт/продукт, туризм, культура, власть/госуправление, люди, инвестиции/иммиграция [Исследование GfK, www]. Очевидно, что показатель «культуры», который традиционно оценивается выше всего в перечисленной шестерке в бренде России, не обязательно играет такую же определяющую роль для других брендов стран, к примеру для Германии это «власть/госуправление» и «экспорт» [Владимирова, Королев, Трунина, 2014]. В другом подобном рейтинге Good Country Index Россия, находящаяся на 65 месте из 163, даже по показателю культуры не находится среди первых (101 из 163) [The Good Country Index, www]. Еще одно исследование – Country Rep Track – и вовсе рассматривает Россию в замыкающей пятерке – наша страна на 51 месте из 55 [Country Rep Track, www]. Религиозные предпочтения в таких рейтингах не занимают основных позиций, однако предполагается, что эта сфера остается важной составляющей в культурном контексте.

Культурные проекты в целом – это лишь одна из составляющих «мягкой силы», которая также включает в себя влияние при помощи средств массовой коммуникации, связь с диаспорами и т.п. Кроме того, нельзя забывать и о необходимости работы над образом страны «изнутри», путем выстраивания благоприятного экономического (прежде всего, инвестиционного) климата; обеспечения максимальной безопасности, что важно в том числе для повышения привлекательности страны для туристов и развития возможностей, связанных с образованием. Не менее важна работа с историческим и культурным потенциалом, создающим платформу для продвижения национальных ценностей в качестве одного из привлекательных цветов в палитре культурного разнообразия стран и народов. Отдельного внимания с этой точки зрения заслуживают усилия, разворачиваемые отдельными конфессиями и деноминациями в религиозном пространстве межкультурной коммуникации [Глаголев, 2016].

Итак, в контексте странового брендинга «мягкая сила» воспринимается как мирный рычаг поддержания «культурного имиджа» страны, что имеет значение не только на уровне горизонтальных связей, но и в межгосударственных отношениях.

Влияние религиозных институтов на восприятие образа России во французском обществе

Среди прочих акторов публичной дипломатии религиозные институты занимают не последнее место. В случае с Россией на первое место чаще всего выходит образ Русской Православной церкви – наиболее крупного религиозного объединения страны, проводящего активную публичную деятельность по множеству отраслей, включая межкультурную коммуникацию и публичную дипломатию. Нельзя, конечно, игнорировать и поликонфессиональность России, где существует множество конфессий и деноминаций. Часть из них признана «традиционными»; другие, в том числе и ряд новых религиозных движений, на сегодняшний день исключены из легитимного религиозного пространства страны. Тем не менее, важнейшая роль во взаимоотношениях между двумя странами в этой сфере принадлежит именно РПЦ.

Если обратиться к рассмотрению процессов межкультурной коммуникации России и Франции, необходимо учесть следующее. На данный момент на территории Франции существует более 20 приходов и монастырей Православной русской церкви, объединенных Корсунской епархией (Корсунь – это древнерусское название Херсонеса Таврического). Эти приходы начали открываться во Франции с конца XIX-ого века с целью духовного окормления чад, исповедовавших христианство восточного обряда (как показывают исследования религиоведов, православие как устоявшийся термин применительно к Русской Церкви начинает наиболее активно употребляться именно в это время). Напомним: до начала церковного раскола эта территория относилась к единой христианской церкви, а с XI века оказалась под юрисдикцией Католической церкви.

«Церковная дипломатия» Русской Православной Церкви (РПЦ) заключается в сотрудничестве с поместными церквями, диаспорами и, в конечном итоге, с миллионами верующих за рубежом. Кроме этих очевидных процессов нужно сказать и о контактах с иерархами других конфессий, о пасторских визитах Патриарха, проповеднических миссиях по защите моральных ценностей и т.д. Ценности, проповедуемые православной церковью, являются, с позиций РПЦ, верным подспорьем для продвижения и укрепления геополитического положения страны, в которой вера идет бок о бок с политикой со времени ее

возникновения. За последние годы Русская Православная Церковь активно присутствует во Франции не только посредством религиозных, но и культурных, а также научных мероприятиями. К примеру, осенью 2017 года во Франции состоялись Дни российской духовной культуры, в рамках которых в течение двух месяцев в Париже выступали Московский синодальный хор, оперные певцы Академии при Мариинском театре, Санкт-Петербургский дом музыки «Посольство мастерства», Санкт-Петербургский театр марионеток имени Е.С. Деммени, проходила неделя духовного кино, а также ряд религиозно-научных российско-французская конференция «Христианская идентичность Европы», круглый стол «Роль русской эмиграции в сохранении духовных связей России и Франции в XX-XXI вв.», сообщает сайт Корсунской епархии Русской Православной Церкви.

Вместе с тем, рост массовой религиозности в современной России заметно противостоит росту секулярных настроений в Европе. Россия представляется некоторым консервативно настроенным католикам (да и протестантам) оплотом христианской традиции, вызывает симпатии на уровне эмоционального принятия и даже попыток некоторого институционального сближения.

Было бы наивно полагать, что присутствие христианского духа на территории Франции обеспечивается исключительно симпатиями ее населения к РПЦ. Однако основной вопрос данного исследования состоит в выявлении тех религиозных центров, которые обеспечивают именно ее влияние на общественное мнение Франции. Для начала стоит упомянуть известный, и вместе с тем весьма любопытный факт: по мнению некоторых историков и исследователей франко-русских связей, их задокументированным и исторически значимым началом может считаться бракосочетание в 1051 году в Реймсе Генриха I и Анны Ярославны – короля Франции и дочери киевского князя Ярослава Мудрого. По сей день в муниципальной библиотеке Реймса хранится рукопись под названием «Реймсское Евангелие», написанная на кириллице и глаголице, и ученые считают, что этот ценный документ был привезен во Францию именно Анной, а с 1574 года на этом манускрипте давали клятву французские монархи при коронации.

Особенности религии и культуры нашей страны никогда не проходили незамеченными для французов [Пассов, Веденина, 2001]. В 1668 году с французским королем Людовиком XIV встречается Петр Потемкин (предок будущего министра Екатерины II). Исследователи отмечают, что французы были поражены хорошими манерами русского посольства (чего никто не ожидал от тех, кто ничего не знает о версальском этикете), а также особенной религиозностью посетителей (посольство сопровождали духовники).

XX век стал и вовсе временем расцвета для православия во Франции. Инициативная группа профессоров-богословов при поддержке главы Русской православной церкви в Европе – митрополита Евлогия – открыли Православный богословский институт, на базе которого появилось общество «Икона». В него входили такие небезызвестные личности, как братья Владимир и Степан Рябушкинские, поэт Сергей Маковский, художник Иван Билибин, а также лучше художники-иконописцы, рассеянные по всему Российскому зарубежью. Общество занималось не только научной деятельностью, богословскими исследованиями и просветительской деятельностью, но также активно занимались строительством православных церквей.

Настоящим центром притяжения русскоязычного населения Парижа стала православная церковь на улице Дарю – *Свято-Александро-Невский кафедральный собор,* освященный еще в 1861 году. Построенная в русско-византийском стиле, церковь напоминает архитектуру соборов Москвы и Новгорода XVII века и стала первым отдельным православным храмом в

католической Европе. Именно в этом соборе в 1918 году венчался со своей русской женой Пабло Пикассо, а среди именитых гостей на венчании были Сергей Дягилев, Жан Кокто и Гийом Аполлинер. Здесь же отпевали многих эмигрантов: И.С. Тургенева, Ф.И. Шаляпина, В.В. Кандинского, И.А. Бунина, А.А. Тарковского и В.П. Некрасова. Последняя по времени роспись собора принадлежит кисти представителей знаменитого рода художников и скульпторов Бенуа – Альберта и Маргариты Бенуа. Особое место в жизни храма занимает церковный хор, который существует с 1921 года и дает концерты не только во Франции, но и за границей. По французскому радио ежегодно можно услышать Рождественские и Пасхальные богослужения в его исполнении.

Собор на улице Дарю со временем перестал вмещать всех верующих, и 18 июля 1924 года, в день памяти Сергия Радонежского, на улице Крыма была куплена бывшая протестантская кирха, превратившаяся позже в еще один православный приход и культурный центр в Париже. *Сергиевское подворье* было расписано русским живописцем и иконописцем Дмитрием Стеллецким. Участвовал Стеллецкий и в театральных постановках Дягилева, оформляя, в частности, оперу «Псковитянка» на музыку Н.А. Римского-Корсакова для «Русского сезона» 1909 года. Расписанная им церковь Сергия Радонежского со временем превратилась в настоящий культурный центр. Сегодня храм и его приход находится в ведении Западноевропейского экзархата Русских приходов Константинопольского патриархата.

За период, прошедший со времени революционной волны русской эмиграции во Францию, православие как религия стало все более прочно ассоциироваться с культурой и искусством [Глаголев, 2009], постепенно уходя от негативного политизированного контекста. В стране, особенно в столице и в южных регионах, где в основном оседали эмигранты, появлялись новые православные храмы, расширялись уже созданные приходы, собирая вокруг себя значительное число интересных людей [Тишина, 2017]. В это сложное время именно церкви становились центрами общения и социальной поддержки – помогали эмигрантам с жильем и работой, становились настоящим убежищем для обездоленных. Так, в городе Мальваль в конце первой четверти XX века были созданы летние лагеря для детей русских эмигрантов, а в небольшом городке Рив семья Клебер, на бумажных фабриках которой работали многие приезжие из России, покупает замок Оржер, куда и заселяются русские.

По воспоминаниям художницы Галины Махровой, которая происходила из семьи эмигрантов первой волны, осевших в регионе Изер, многие эмигранты были трудолюбивы и высококвалифицированные, они принимали деятельное участие в восстановлении заводов и фабрик в 20-30-ые годы XX века, при этом в тех местах, где они работали, всегда можно было найти выстроенную заново или перестроенную православную церковь [Махрова, 1998]. Много религиозных архитектурных памятников было построено с участием Альберта Бенуа и его жены Маргариты. Таковы, например, церковь Успения Пресвятой Богородицы, построенная в духе псковско-новгородского зодчества и звонница на русском Кладбище Сент-Женевьев-де-Буа в предместье Парижа. Сент-Женевьев-де-Буа – главный русский некрополь за рубежом – в определенном смысле может считаться символом русской эмиграции. Среди почти десяти тысяч русских именно здесь похоронены И.А. Бунин, И.С. Шмелев, Д.С. Мережковский, З.Н. Гиппиус, М.Ф. Кшесинская и многие другие.

В 1920-ые годы во Франции появился оригинальный журнал-«коллекция» «Le Roseau d'Or» («Золотая трость»), где публиковались «произведения и хроники». Список авторов издания впечатляет своим разнообразием: здесь и произведения французского писателя Жоржа Бернаноса, и философские эссе русского религиозного экзистенциалиста Николая Бердяева, и

романы французского писателя американского происхождения Жюльена Грина, сказки поэмы Алексея Ремизова и т.д.

Писатели, представлявшие русскую эмиграцию, публиковали свои произведения в «коллекции» во французском переводе с завидной регулярностью, что позволяло французам ближе познакомиться с «загадочной русской душой» и православной верой. Интересно, что журнал, который позаимствовал заглавие от XXI главы «Апокалипсиса», был изданием католическим, однако на его страницах читатели могли наблюдать настоящий диалог двух культур и двух религий; проникнуться духовными исканиями философов и других представителей интеллигенции России и Франции. В череде произведений, опубликованных в журнале, особенно выделяется переведенное на французский эссе Бердяева «Новое Средневековье», которое стало началом длящейся по сей день философской дискуссии, собравшей как французов, так и русских [Силантьева, 2017]. Философские искания Николая Бердяева вообще находили живой отклик у французских журналистов и писателей – французское общество вообще очень «заточено» на восприятие философских идей [Нехорошева, 2018]. Возможно, это объясняется и тем, что мыслитель старался активно расширять свой круг общения за рубежом и не ограничивался лишь контактами с соотечественниками, а в его доме можно было всегда встретить того или иного представителя философской и, что немаловажно, интернациональной молодежи. Ответная реакция не всегда была исключительно положительной, но вряд ли найдется другой представитель русского философского круга, который бы больше повлиял на европейское сознание в целом. В частности, многие идеи философа-экзистенциалиста Габриеля Марселя были логичным продолжением мыслей Бердяева, а свои подобия «собеседований» в «Кружке интерконфессиональных исследований» он проводил в компании не только своих соотечественников и единомышленников, но и иностранцев, в частности, французского философа и теолога Жака Маритена.

Потаенные уголки русской души на страницах «Le Roseau d'Or» раскрывает через рассказы о народных святых писатель-эмигрант Борис Зайцев. Так, в его произведении «Преподобный Сергий Радонежский» читатели могли узнать не только об одном из главных чудотворцев и героев земли русской, но и увидеть параллели с французским писателем Бернаносом, который по соседству с рассказом русского писателя восхвалял Жанну д'Арк и Святого Доминика.

Можно ли считать эти архитектурные решения, живописные находки, философскую и издательскую деятельность проявлениями «мягкой силы»? С одной стороны, здесь трудно говорить о непосредственном воздействии на французов со стороны неофициальных (а тем более, официальных) религиозно ориентированных акторов межкультурной коммуникации. Вместе с тем, нельзя не заметить, что отблеск религиозного горения, отметивший деятельность, связанную с контекстами православного вероисповедания, высветил исторически неоднозначный образ России, чья оценка (особенно в советский период) не только не была безусловно положительной, но тяготела (в лучшем случае) к нейтральной дистанцированности, а в худшем – к агрессивному негативу.

Ценностный потенциал христианства в современном мире не только не может быть сведен к нулю [Силантьева, 2009], а напротив, религиозно активная часть населения, которую составляют христиане, дружественна культуре и охотно реализует потенциал международных контактов для поддержания открытого и развернутого диалога, создание атмосферы взаимопонимания и поддержки среди христиан всего мира. Это не исключает отдельные моменты непонимания и взаимных претензий. Тем не менее, именно христиане могут сегодня

составить культурно солидарную часть горизонтального сообщества, работающего вместе с тем не «против» своих стран и народов, а «за» них в поиске взаимно приемлемых политических решений.

Сегодня религиозный аспект публичной дипломатии и «мягкой силы» переживает второе рождение, придавая новый более мощный виток отношениям двух стран. На набережной Бранли, между Эйфелевой башней и Министерством иностранных дел Франции в 2016 году открылся новый Свято-Троицкий собор и Русский духовно-культурный центр. Разумеется, событие такого масштаба СМИ пропустить не могли. Еще когда строительство только планировалось, то и дело во французской прессе можно было встретить замечания по этому поводу. Например, центристско-левая газета «Le Monde» 5 февраля 2014 года в спокойном тоне рассказывает о проектах строительства православного храма в Париже на набережной Бранли, в двух шагах от Эйфелевой башни. Из язвительного лишь следующее краткое замечание: «Такого в Париже уже давно не было, по крайней мере, в центре города: осенью прошлого года в северном округе открыли Институт исламской культуры. Но набережная Бранли... Это же один из самых посещаемых мире городских районов! Россия не разменивается по мелочам» [Blanchard, www].

Полемика в СМИ по поводу этого здания не утихает до сих пор. Возникают версии о возможной базе для русской разведки, о чрезмерной близости культурного центра к важнейшим зданиям Французской республики, ну и, конечно, о том, что это «средство пропаганды» [там же]. Масштабы тревожности можно оценить по просьбам об установке защитных систем в зоне культурного центра, на что посол Российской Федерации во Франции Александр Орлов ответил следующее: «В конце концов, кому сегодня нужны антенны, с новыми-то технологиями» [Gréco Bertrand, www].

Конечно, не каждое французское СМИ настроено так скептически и недоверчиво. Например, французский еженедельник «Le Parisien» романтично пишет о возможности «погрузиться в Россию в самом центре Парижа» и описывает возможности посетителей не только посмотреть на «эмблематичный собор», но и заглянуть в книжный салон, «почувствовать себя в Москве или Санкт-Петербурге», рассказывает о концертах и выставках; не забывает упомянуть о том, что на мероприятии в ближайшие выходные, будет, кроме всего прочего, организован и «буфет с водкой» [Carez Céline, www] – дают о себе знать базовые стереотипы.

В сентябре 2017 левый, то есть чаще всего настроенный не самым положительным образом по отношению к России, «Le Monde» не только пишет о соборе и возможности посетить выставку «Сокровища русских царей», но и помещает фотографию Русского духовно-культурного центра под заголовком «Дни французского наследия: восемь уникальных встреч в регионе Иль-де-Франс». Напомню, речь идет именно о днях *французского* наследия, когда по всей стране открывают двери обычно недоступные государственные учреждения: Министерство иностранных дел, Елисейский дворец, и, помимо них, упоминается русский православный собор. Что любопытно: даже без негативных комментариев [Jardonnet Emmanuelle, www].

Периодически пишет о событиях, связанных с православием, французская католическая ежедневная газета «La Croix». Стоит подчеркнуть, что это издание регулярно уделяет внимание представителям других конфессий, причем размещенные здесь материалы отличаются сбалансированным подходом и оценочной нейтральностью. Тираж у этой газеты (к слову, одной из старейших во Франции), довольно крупный для этой страны. Сам факт наличия интереса у

этого издания к религиозно-культурным процессам, связанным с Россией, важны для создания позитивного образа нашей русской культуры.

Заключение

Подводя итог рассмотрению религиозных аспектов действия «мягкой силы» на примере восприятия России французскими СМИ, необходимо подчеркнуть, что подобная деятельность выходит за рамки создания имиджа, приведения в действие определенных стратегий и тактик. А «публичная дипломатия», особенно в такой деликатной сфере, как религиозные институты, – это не просто способ продвижения страны, не просто маркетинг, но всегда диалог двух и более сторон.

«Мягкая сила» отражает в целенаправленной деятельности не только желательный, но и реальный образ страны. Процесс взаимодействия этих образов требует внимательного изучения и дальнейшей работы по их конструктивной координации. Грамотное употребление данного ресурса может принести дополнительные дивиденды во многих областях, в том числе условно далеких от культуры, таких, как экономика, внешняя политика и т.д. Напротив, неподготовленный нажим в этой области может принести множество дополнительных проблем.

Россия без сомнения обладает достаточными ресурсами развития арсенала «мягкой силы» и публичной дипломатии, необходимыми для оптимального сценария из числа описанных выше; однако для выхода на передовые позиции по использованию культурного потенциала еще далеко [Наумов, www]. На решение назревших в данной области проблем необходимо реагировать не только действиями по поддержанию имиджа, но и наращиванием общего культурного капитала страны, а также культурного капитала, вложенного в оборот за рубежом. Только такая триединая политика может вызвать устойчивый положительный резонанс у контрагентов межкультурной коммуникации и способствовать преодолению негативных стереотипов, активизировавшихся в последнее время. Французское общество обладает другой ментальностью, своеобразным пониманием ценностей и их динамики. Для развития плодотворного диалога на этой почве необходима интерактивность, постоянное движение вперед; профилактика, которая в конечном итоге обходится дешевле, чем антикризисные методы реагирования.

Библиография

1. Владимирова А.В., Королев В.А., Трунина А.А. Страновой брендинг и его отражение в глобальных рейтингах «Мягкой силы» // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. № 2. С. 209-228.
2. Глаголев В.С. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации. М.: Проспект, 2016. 200 с.
3. Глаголев В.С. Нематериальные факторы в международных отношениях // Современная наука о международных отношениях за рубежом. М., 2015. С. 10-18.
4. Глаголев В.С. Православное искусство как феномен восприятия // Вестник славянских культур. 2009. № 2 (12). С. 5-12.
5. Глаголев В.С. Религиозно-этническое наполнение образов «свой» – «чужой» в динамике политической конъюнктурности // Диалог культур и партнерство цивилизаций. СПб., 2014. С. 362-365.
6. Зонова Т.В. Дипломатия: модели, формы, методы. М.: Аспект Пресс, 2014. 348 с.
7. Исследование GfK: Anholt-GfK Nation Brands Index 2017. URL: https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-anholt-gfk-nation-brands-index-2017/
8. Ковынева Л.В. Формирование территориального бренда в регионах России // Известия БГУ. 2014. №5. С. 61-68.
9. Лебедева М.М. «Мягкая сила»: понятие и подходы // Вестник МГИМО Университета. 2017. № 3 (54). С. 212-223.

10. Махрова Г.А. Из России в Россию. Воспоминания. СПб., 1998. 160 с.
11. Наумов А.О. «Мягкая сила» и внешнеполитический имидж Российской Федерации. URL: http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm
12. Нехорошева К.И. Роль философии в развитии критического мышления: опыт Франции // Философская мысль. 2018. № 3. С. 1-7.
13. Пассов Е.И., Веденина Л.Г. Франция и Россия: диалог двух культур // Иностранные языки в школе. 2001. № 2. С. 93-95.
14. Силантьева М.В. Философия культуры Николая Бердяева о перспективах «посткризисного мира»: методологические аспекты интеллектуальной модели «нового средневековья» // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Социологические науки. 2017. Т. 12. № 3. С. 71-79.
15. Силантьева М.В. Ценностный потенциал христианства перед теоретическими вызовами современности // Вестник Русской христианской академии. 2009. Т. 10. № 2. С. 196-206.
16. Субботина М.А. «Экран» как инструмент «мягкой силы» // Этносоциум и межнациональная культура. 2018. № 4 (118). С. 87-93.
17. Тишина И.Н. Европеизм Тургенева в оценке деятелей культуры русской эмиграции первой волны // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7. № 5А. С. 500-509.
18. Тишина И.Н. Наследие И.С. Тургенева в полемике о роли и месте писателя-эмигранта в духовной жизни русской эмиграции первой волны // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7. № 5А. С. 510-518.
19. Шапкина Ю.В. Аналитика отечественного опыта территориального брендинга // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2012. №2 (4). С. 59-68.
20. Чупрова И.А. Музыкальная культура России как инструмент «мягкой силы»: раскрытие образа отечества в диалоге России и Франции // Человек в мире. Мир в человеке: актуальные проблемы философии, социологии, политологии и психологии. Пермь, 2014. С. 176-183.
21. Чупрова И.А. Русский пианизм в условиях культурной глобализации (на примере конкурса П.И. Чайковского) // Гуманитарный вектор. 2016. Т. 11. № 2. С. 81-87.
22. Blanchard Carole. Visite de Poutine à Paris: 3 choses à savoir sur la cathédrale orthodoxe du Quai Branly. URL: http://www.bfmtv.com/culture/visite-de-poutine-a-paris-3-choses-a-savoir-sur-la-cathedrale-orthodoxe-du-quai-branly-1174509.html
23. Carez Céline. Plongez dans la Russie en plein cœur de Paris! URL: http://www.leparisien.fr/paris-75007/plongez-dans-la-russie-en-plein-coeur-de-paris-05-10-2017-7311072.php
24. Country Rep Track by Reputation Institute. URL: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2963875/library/Country_RepTrak_2017_Webinar_v10-171017a.pdf?submissionGuid=3a53a84d-1424-4d67-847b-b0d8928c1a54
25. Gréco Bertrand. La future cathédrale russe va changer le cœur de Paris. URL: http://www.lejdd.fr/JDD-Paris/La-future-cathedrale-russe-va-changer-le-coeur-de-Paris-778109
26. Jardonnet Emmanuelle. Journées du patrimoine: huit rendez-vous inédits en Ile-de-France. URL: http://www.lemonde.fr/architecture/article/2017/09/15/patrimoine-huit-rendez-vous-inedits-en-ile-de-france_5185933_1809550.html#RHr0lqaSHq8YvlcV.99
27. Kotler P., Gertner D. Country as a brand, product and beyond: A place marketing and a brand management perspective // Journal of Brand Management. 2002. Vol. 9. No. 4-5. P. 249-261.
28. Rendon Jim. Business: When Nations Need A Little Marketing. URL: https://www.nytimes.com/2003/11/23/business/business-when-nations-need-a-little-marketing.html
29. The Good Country Index. URL: https://goodcountry.org/index/results#RUS

Activities of the Russian Orthodox church in France and its perception by the French media

Aliya I. Zaripova

Postgraduate, Lecturer,
Department of International journalism,
Moscow State Institute of International Relations (University)
of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation,
119454, 76, Vernadskogo av., Moscow, Russian Federation;
e-mail: Aliyazaripova357@gmail.com

Abstract

Numerous ratings of the country's image, in which Russia, unfortunately, traditionally stands far from the first place, show the need to pay more attention to different areas that combined make up the image of the country. The role of public diplomacy as an important element of soft power in building such an image abroad is great but largely underestimated, however the use of this exact method of peaceful expansion can help in the proper building of the national brand, especially if it is such a complex notion as the perception of Russia abroad. In particular, the article talks about the religious sphere, namely the activities of the Russian Orthodox Church outside of Russia. The article examines the activity of the ROC in France, as one of the key partners of Russia. The author gives a brief review of history of the issue, from the earliest mention of the religious features of Russians in the French sources of the 17th century, during the golden age of Russian-French relations in the early 20th century (including religious attitudes in France) to the most modern reactions to events, connected with the activity of the Russian Orthodox Church in France, for example, in connection with the opening of a new cultural center in Paris. The article includes the analysis of the perception of events in France, related to the activities of the foreign diocese of the Russian Orthodox Church, which are reflected in publications in the most important French press.

For citation

Zaripova A.I. (2019) Deyatel'nost' russkoi pravoslavnoi tserkvi vo Frantsii i ee vospriyatie frantsuzskimi SMI [Activities of the Russian Orthodox church in France and its perception by the French media]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 9 (2A), pp. 34-44.

Keywords

Public diplomacy, religion, Russian Orthodox Church, Russian-French relations, French press, soft power, intercultural communication, mass media.

References

1. *Anholt-GfK Nation Brands Index 2017*. Available at: https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-anholt-gfk-nation-brands-index-2017/ [Accessed 02/02/2019]
2. Blanchard Carole. *Visite de Poutine à Paris: 3 choses à savoir sur la cathédrale orthodoxe du Quai Branly*. Available at: http://www.bfmtv.com/culture/visite-de-poutine-a-paris-3-choses-a-savoir-sur-la-cathedrale-orthodoxe-du-quai-branly-1174509.html [Accessed 02/02/2019]
3. Carez Céline. *Plongez dans la Russie en plein cœur de Paris!* Available at: http://www.leparisien.fr/paris-75007/plongez-dans-la-russie-en-plein-coeur-de-paris-05-10-2017-7311072.php [Accessed 02/02/2019]
4. *Country Rep Track by Reputation Institute*. Available at: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2963875/library/Country_RepTrak_2017_Webinar_v10-171017a.pdf?submissionGuid=3a53a84d-1424-4d67-847b-b0d8928c1a54 [Accessed 02/02/2019]
5. Chuprova I.A. (2014) Muzykal'naya kul'tura Rossii kak instrument «myagkoi sily»: raskrytie obraza otechestva v dialoge Rossii i Frantsii [Musical culture of Russia as an instrument of "soft power": revealing the image of the fatherland in the dialogue between Russia and France]. In: *Chelovek v mire. Mir v cheloveke: aktual'nye problemy filosofii, sotsiologii, politologii i psikhologii* [Man in the World. The world in man: actual problems of philosophy, sociology, political science and psychology]. Perm.
6. Chuprova I.A. (2016) Russkii pianizm v usloviyakh kul'turnoi globalizatsii (na primere konkursa P.I. Chaikovskogo) [Russian pianism in the context of cultural globalization (by the example of Tchaikovsky competition)]. *Gumanitarnyi vector* [Humanitarian vector], 11, 2, pp. 81-87.
7. Glagolev V.S. (2016) *Mezhkul'turnaya kommunikatsiya v usloviyakh globalizatsii* [Intercultural communication in the context of globalization]. Moscow: Prospekt Publ.
8. Glagolev V.S. (2015) Nematerial'nye faktory v mezhdunarodnykh otnosheniyakh [Intangible factors in international relations]. In: *Sovremennaya nauka o mezhdunarodnykh otnosheniyakh za rubezhom* [Modern science of international relations abroad]. Moscow.

9. Glagolev V.S. (2009) Pravoslavnoe iskusstvo kak fenomen vospriyatiya [Orthodox art as a phenomenon of perception]. *Vestnik slavyanskikh kul'tur* [Bulletin of Slavic cultures], 2 (12), pp. 5-12.
10. Glagolev V.S. (2014) Religiozno-etnicheskoe napolnenie obrazov «svoi» – «chuzhoi» v dinamike politicheskoi kon"yunkturnosti [Religious and ethnic filling of the images of one's own and alien in the dynamics of political opportunism]. In: *Dialog kul'tur i partnerstvo tsivilizatsii* [Dialogue of cultures and partnership of civilizations]. St. Petersburg.
11. Gréco Bertrand. *La future cathédrale russe va changer le cœur de Paris.* Available at: http://www.lejdd.fr/JDD-Paris/La-future-cathedrale-russe-va-changer-le-coeur-de-Paris-778109 [Accessed 02/02/2019]
12. Jardonnet Emmanuelle. *Journées du patrimoine: huit rendez-vous inédits en Ile-de-France.* Available at: http://www.lemonde.fr/architecture/article/2017/09/15/patrimoine-huit-rendez-vous-inedits-en-ile-de-france_5185933_1809550.html#RHr0lqaSHq8YvlcV.99 [Accessed 02/02/2019]
13. Kotler P., Gertner D. (2002) Country as a brand, product and beyond: A place marketing and a brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 9, 4-5, pp. 249-261.
14. Kovyneva L.V. (2014) Formirovanie territorial'nogo brenda v regionakh Rossii [Formation of a territorial brand in the regions of Russia]. *Izvestiya BGU* [BSU News], 5, pp. 61-68.
15. Lebedeva M.M. (2017) «Myagkaya sila»: ponyatie i podkhody [“Soft power”: the concept and approaches]. *Vestnik MGIMO Universiteta* [Bulletin of MGIMO University], 3 (54), pp. 212-223.
16. Makhrova G.A. (1998) *Iz Rossii v Rossiyu. Vospominaniya* [From Russia to Russia. Memories]. St. Petersburg.
17. Naumov A.O. *«Myagkaya sila» i vneshnepoliticheskii imidzh Rossiiskoi Federatsii* [“Soft power” and the foreign policy image of the Russian Federation]. Available at: http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm [Accessed 02/02/2019]
18. Nekhorosheva K.I. (2018) Rol' filosofii v razvitii kriticheskogo myshleniya: opyt Frantsii [The role of philosophy in the development of critical thinking: the experience of France]. *Filosofskaya mysl'* [Philosophical Thought], 3, pp. 1-7.
19. Passov E.I., Vedenina L.G. (2001) Frantsiya i Rossiya: dialog dvukh kul'tur [France and Russia: a dialogue of two cultures]. *Inostrannye yazyki v shkole* [Foreign languages at school], 2, pp. 93-95.
20. Rendon Jim. *Business: When Nations Need A Little Marketing.* Available at: https://www.nytimes.com/2003/11/23/business/business-when-nations-need-a-little-marketing.html [Accessed 02/02/2019]
21. Shapkina Yu.V. (2012) Analitika otechestvennogo opyta territorial'nogo brendinga [Analytics of domestic experience of territorial branding]. *Al'manakh teoreticheskikh i prikladnykh issledovanii reklamy* [Almanac of Theoretical and Applied Research of Advertising], 2 (4), pp. 59-68.
22. Silant'eva M.V. (2017) Filosofiya kul'tury Nikolaya Berdyaeva o perspektivakh «postkrizisnogo mira»: metodologicheskie aspekty intellektual'noi modeli «novogo srednevekov'ya» [Philosophy of culture of Nikolai Berdyaev about the prospects of the "post-crisis world": methodological aspects of the intellectual model of the "new Middle Ages"]. *Uchenye zapiski Zabaikal'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsiologicheskie nauki* [Proc. of ZSU], 12, 3, pp. 71-79.
23. Silant'eva M.V. (2009) Tsennostnyi potentsial khristianstva pered teoreticheskimi vyzovami sovremennosti [The value potential of Christianity in front of the theoretical challenges of modernity]. *Vestnik Russkoi khristianskoi akademii* [Bulletin of the Russian Christian Academy], 10, 2, pp. 196-206.
24. Subbotina M.A. (2018) «Ekran» kak instrument «myagkoi sily» [“Screen” as a tool of “soft power”]. *Etnosotsium i mezhnatsional'naya kul'tura* [Ethnosocium and international culture], 4 (118), pp. 87-93.
25. *The Good Country Index. Available* at: https://goodcountry.org/index/results#RUS [Accessed 02/02/2019]
26. Tishina I.N. (2017) Evropeizm I.S. Turgeneva v otsenke deyatelei kul'tury russkoi emigratsii pervoi volny [Europeanism of Turgenev in the assessment of cultural workers of the Russian emigration of the first wave]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 7, 5A, pp. 500-509.
27. Tishina I.N. (2017) Nasledie I.S. Turgeneva v polemike o roli i meste pisatelya-emigranta v dukhovnoi zhizni russkoi emigratsii pervoi volny [The legacy of I.S. Turgenev in polemics about the role and place of the emigrant writer in the spiritual life of the Russian emigration of the first wave]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 7, 5A, pp. 510-518.
28. Vladimirova A.V., Korolev V.A., Trunina A.A. (2014) Stranovoi brending i ego otrazhenie v global'nykh reitingakh «Myagkoi sily» [Country branding and its reflection in the soft power global ratings]. *Vestnik mezhdunarodnykh organizatsii: obrazovanie, nauka, novaya ekonomika* [Bulletin of international organizations: education, science, new economy], 2, pp. 209-228.
29. Zonova T.V. (2014) *Diplomatiya: modeli, formy, metody* [Diplomacy: models, forms, methods]. Moscow: Aspekt Press Publ.