

Д.А.Лобанова

Публичная дипломатия Испании в странах Латинской Америки: принципы и институты

В статье анализируется современная модель публичной дипломатии Испании в отношении стран Латинской Америки. Характерные черты и принципы этой модели предопределены историческими, экономическими и социально-культурными факторами, а также эволюцией внешней политики Мадрида в отношении латиноамериканских стран. Автор подробно рассматривает ключевые институты испанской публичной дипломатии, их структуру и основные направления деятельности.

Ключевые слова: испанская внешняя политика, «мягкая сила», публичная дипломатия, национальный брендинг.

DOI: 10.31857/S0044748X0003504-3

Термин «публичная дипломатия» в его традиционной трактовке используется для описания многовекторной деятельности стран в мировой политике в сферах информации, культуры, образования, спорта, улучшения образа стран и укрепления их позиций на международной арене. В рамках современных подходов данное понятие несколько шире: публичная дипломатия становится инструментом привлечения внимания зарубежной аудитории к определенной проблеме при помощи таких механизмов, как социальные сети, сайты, email-рассылка, интернет-конференции, блоги. Из-за ее специфики современную публичную дипломатию, являющуюся одним из инструментов «мягкой силы», нередко называют «цифровой дипломатией»¹.

Применительно к политике «мягкой силы» Испании в отношении латиноамериканских стран, на наш взгляд, наиболее адекватным является понимание публичной дипломатии как информационно-разъяснительной работы, состоящей в информировании о структуре страны, ее культуре, ценностях и политике в целях повышения интереса к ней, создания позитивного имиджа, пресечения попыток пропаганды, направленной против государства². Латиноамериканский вектор испанской публичной дипломатии строится на принципах открытости, общей исторической памяти, осозна-

Дарья Андреевна Лобанова — директор программ, Фонд поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова (dalobanova@gmail.com).

ния геостратегического значения региона для Мадрида. С геополитической точки зрения Испания занимает особое место на мировой арене в силу своего положения как «ворот в Европу» и «моста между континентами». Специфика испанской публичной дипломатии в отношении стран Латинской Америки определяется и языковым фактором, культурной близостью, общностью религии. В силу этого можно выделить принцип приоритетности использования инструментов культурного влияния во внешней политике Мадрида на рассматриваемом направлении.

Нельзя также не отметить и принцип иерархичности построения модели публичной дипломатии: многие из структур, которые будут описаны в статье, напрямую подчиняются министерству иностранных дел, что обусловлено спецификой организации дипломатической деятельности Испании, сложившейся на современном этапе, традиционной для этой страны иерархичностью в институциональном оформлении внешней политики. Наконец, еще одним принципом можно считать тесную взаимосвязь культурных и экономических факторов, на основе которых выстраивается содержание испанской публичной дипломатии. Так, грамотно выстроенная культурная политика и удачно сконструированный бренд страны стали ключевыми факторами развития туризма и сферы услуг — важных секторов испанской экономики³.

Анализ основных принципов и факторов, влияющих на особенности публичной дипломатии Мадрида, позволяет сделать вывод о том, что в испанской модели сочетаются подходы, применяемые Францией и Великобританией. С британской моделью Испанию сближает использование организаций региональных властей и частных компаний в качестве акторов публичной дипломатии, а тот факт, что испанское руководство уделяет большое внимание институтам культурной дипломатии, напоминает французскую модель.

Действующие на сегодняшний день институты испанской публичной дипломатии нацелены на реализацию внешней культурной политики Мадрида. Среди них можно выделить две основные группы: подчиненные МИД Испании государственные и частные организации и подконтрольные министерству культуры языковые институты. В рамках МИД за реализацию внешней культурной политики страны отвечают Агентство по культурной деятельности Испании и ассоциированные государственные агентства — Дом Азии (Casa Asia) в г. Мадрид и г. Барселона; Дом Америки (Casa de América), Арабский дом (Casa Árabe) и Дом Сефарад-Израиль (Casa Sefarad-Israel) — все три в г. Мадрид, Дом Средиземноморья (Casa Mediterráneo) в г. Аликанте, Дом Африки (Casa África) в г. Лас-Пальмас-де-Гран-Канария. Эти агентства были созданы в начале 1990 г. по инициативе МИД и Испанского агентства по международному сотрудничеству в целях развития (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID) с целью расширения присутствия испанской культуры и испанского бизнеса за рубежом, а также представительства культуры и бизнеса зарубежных государств в Испании. Таким образом, ассоциированные государственные агентства представляют собой одновременно инструменты «мягкой силы» Испании и проводников обратного культурного влияния ее партнеров.

Агентство «Испанское культурное действие» (Acción Cultural Española, ACE) создано в 2010 г. в результате объединения в рамках реформы МИД нескольких ведомств: Агентства по памятным датам, Агентства по проведению международных выставок, Агентства культурных инициатив за рубежом. ACE занимается продвижением и популяризацией испанской культуры как в Испании, так и за рубежом. В частности, оно курирует и реализует проекты, посвященные отдельным испанским провинциям, обеспечивает участие испанских ученых и деятелей культуры в зарубежных мероприятиях.

Дом Америки представляет для нас особый интерес, поскольку именно это учреждение занимается развитием культурных связей с латиноамериканскими странами. В состав консорциума, созданного в 1990 г., входят три структуры: МИД Испании, мэрия Мадрида и администрация автономного сообщества Мадрида. Высшие органы управления — Совет управляющих и Исполнительный комитет Совета управляющих, в который входят по шесть представителей от каждого из трех учреждений. Высшее руководство осуществляет председатель, которым по состоянию на 2018 г. является мэр Мадрида Мануэла Кармена Кастрильо. Дом Америки располагается в мадридском дворце Линарес⁵. В работе учреждения принимают участие высокие представители иberoамериканских государств — государственные деятели, экономисты, писатели, социологи, художники⁶.

Деятельность Дома Америки можно разделить на два направления — «американская трибуна» (Tribuna Americana) и «американский атеней» (Ateneo Americano). Первое сосредоточено на дипломатической деятельности и включает в себя политические, социальные, экономические, научные и технологические проекты, а второе — на культурных мероприятиях в формате показов, выставок, круглых столов, семинаров, связанных с кино, литературой, музыкой и т.п. Кроме того, Дом Америки служит площадкой для семинаров по проблемам публичной дипломатии, миграции, бизнеса⁷.

Еще одним важным институтом публичной дипломатии является созданный в октябре 2000 г. Фонд Каролины (Fundación Carolina). Деятельность этого полугосударственного-получастного учреждения, направлена развитие культурных связей и сотрудничества в образовательной и научной сферах между Испанией и странами, участвующими в Иberoамериканской конференции, а также государствами из числа приоритетных внешнеполитических партнеров Испании, среди которых — страны Евросоюза, Ближнего Востока и др. Фонд также способствует росту популярности испанских университетов и исследовательских центров по всему миру, созданию единого иbero-американского научного и образовательного пространства. Согласно информации с сайта фонда, организация играет связующую роль в сотрудничестве между академическими и исследовательскими институтами, коммерческими фирмами, правительственными и общественными организациями в сфере культуры, образования, науки и технологий⁸. В рамках образовательной программы фонда создана и эффективно действует модель финансовой поддержки студентов вузов иberoамериканских стран, отлажен процесс распределения стипендий, заявку на получение которых с 2001 г. подали более 411 тыс. человек. С тех пор фонд выдал более 14 тыс. грантов на обучение.

Не менее важным для Испании инструментом реализации политики «мягкой силы» является система организаций, занимающихся под эги-

дой Минкульта, занимающихся популяризацией испанского языка по всему миру. Испанский язык, занимающий второе после китайского место по числу говорящих на нем в мире⁹, является одним из самых популярных на планете.

Еще в 1713 г. с целью сохранения кастильского языка в его «элегантности и чистоте» в Мадриде была основана Королевская академия испанского языка (Real Academia Española, RAE)¹⁰. Согласно действующему уставу академии, вступившему в силу в 1993 г., RAE должна следить за сохранением единых языковых норм в условиях развития и распространения испанского языка. В 2000-х годах организация издала полный толковый и этимологический электронный словарь, призванный унифицировать и упорядочить испанскую лексику¹¹. С декабря 2014 г. RAE возглавляет видный испанский филолог и литературный критик Дарио Вильянуэва.

В 1951 г. в Мексике по инициативе тогдашнего президента страны Мигеля Алемана Вальдеса (1946 — 1952) с целью объединения усилий национальных академий испанского языка в деле его популяризации в мире была создана Ассоциация академий испанского языка (Asociación de Academias de la Lengua Española, ASALE), в состав которой на сегодняшний день входят 23 академии в Испании, в латиноамериканских странах, в США и на Филиппинах¹². ASALE занимается созданием специальных словарей, разработкой общих стандартов грамматики, орфографии и лексики испанского языка. Раз в четыре года созываются конгрессы ассоциации, с 1951 по 2018 г. прошло 15 конгрессов. Деятельностью организации руководит постоянная комиссия, в состав которой входят президент, генеральный секретарь, казначей ассоциации, а также представители от национальных академий.

Сегодня перед руководством Испании стоит задача сделать испанский язык одним из инструментов мировых информационных технологий, одного из важнейших средств реализации политики «мягкой силы»¹³. Эту задачу выполняет созданный в 1991 г. под эгидой МИД Испании Институт Сервантеса (Instituto Cervantes, IC). Занимаясь распространением испанского языка и организацией мероприятий, способствующих популяризации культуры, образования и науки Испании, IC является инструментом испанской публичной дипломатии и «мягкой силы». Институт занимается созданием центров в разных странах мира, организацией курсов испанского языка и экзаменов для получения Диплома испанского языка как иностранного DELE, проведением культурных мероприятий¹⁴. Деятельность IC курируется попечительским советом, почетным председателем которого является король Испании Филипп VI (2014 — н/в), а фактическим руководителем — председатель испанского правительства Педро Санчес (2018 — н/в). В совет входят 30 членов, среди которых — выдающиеся литераторы и деятели культуры Испании и испаноговорящих стран Латинской Америки, видные представители королевских академий, университетов, общественных организаций, писатели, удостоенные ежегодной литературной премии «Мигель де Сервантес», а также лица, занимающие высокие административные посты¹⁵. Управлением IC занимается совет директоров, в состав которого входят представители МИД, министерства образования, культуры и спорта, министерства финансов и государственного управления Испании, а также попечительского совета. Должность директора института, избираемого Советом министров, с января 2012 г. занимает испанский

филолог Виктор Гарсиа-де-ла-Конча, который с 1998 по 2010 г. был директором RAE. В организационную структуру IC входят штаб-квартира, находящаяся в Мадриде, и более 430 центров, расположенных в 43 странах на пяти континентах. Институт не имеет представительств в испаноговорящих странах, но представлен в португалоязычной Бразилии. IC готовит преподавателей испанского языка, издает и распространяет учебную, научную и художественную литературу, проводит конференции и коллоквиумы, посвященные испанскому языку и культуре. Самым известным из регулярных мероприятий IC является Международный конгресс испанского языка¹⁶ — форум, на котором обсуждаются актуальные проблемы испанского языка. Конгрессы проходят раз в три года (с 1997 г.) в Испании или в испаноязычных странах Латинской Америки.

Все представленные выше институты активно используют новейшие медиатехнологии, имеют свои сайты и группы в социальных сетях. Эффективным инструментом публичной дипломатии Испании является испаноязычный сегмент Интернета, охватывающий огромную аудиторию в латиноамериканском регионе. С целью охвата этой аудитории в 2011 г. Министр культуры Испании Анхелес Гонсалес-Синде представила новый культурный портал www.españaescultura.es. По ее словам, «культура — это экономический двигатель, и, следовательно, необходимо вкладывать средства в ее сохранение и распространение»¹⁷. На портале содержится информация об испанском культурном наследии, экспозициях испанских музеев, программах мероприятий.

Как мы видим, задача продвижения позитивного имиджа Испании в мире выполняется посредством учреждений, занимающихся внешней культурной политикой. Помимо этого у Мадрида есть своя долгосрочная программа странового брендинга и соответствующие специальные институты. Вопросам улучшения международного имиджа страны как инструмента расширения ее внешнеэкономических связей, в частности со странами Латинской Америки, была посвящена прошедшая в январе 2012 г. встреча глав трех ведомств — Министерства иностранных дел и международного сотрудничества, Министерства развития, а также Министерства промышленности, энергетики и туризма Испании — с руководителями более чем тридцати ведущих испанских компаний. По итогам были приняты важные решения, призванные стимулировать экспорт и интернационализацию испанского капитала. По мнению представителей испанских деловых кругов, бизнес нуждается в эффективных дипломатических мерах, нацеленных на популяризацию испанских брендов и в целом на улучшение имиджа Испании, пострадавшего в кризисный период 2008—2015 г. Для этих целей была сформирована рабочая группа, в которую вошли испанские предприниматели и представители власти. В июне 2012 г. вице-президент компании «Inditex» Карлос Эспиноса-де-лос-Монтес был назначен верховным комиссаром, ответственным за координацию частно-государственных усилий по продвижению испанских торговых марок на мировых рынках¹⁸. В том же году было основано общество ACE, перед которым правительство поставило амбициозные задачи: помимо популяризации испанской культуры как в стране, так и за рубежом, ACE должно контролировать реализацию долгосрочной государственной политики, направленной на формирование за рубежом положительного образа Испании, «испанской марки» (Marca

Еспа́ña) — в экономической, культурной, общественной, научной и технологической областях¹⁹. По мнению испанского исследователя Альберто Прьего Морено, проект является самым важным инструментом публичной дипломатии современной Испании²⁰.

В целях активизации испанской экономики руководство страны стремилось максимально эффективно проводить политику «испанской марки». В результате существенно увеличилось количество испанских компаний, экспортирующих продукцию и действующих за рубежом. Кроме того, министерство экономики взяло под контроль деятельность зарубежных представительств организаций, занимающихся стимулированием экспорта и привлечением иностранных инвестиций в Испанию, как, например, Испанский институт внешней торговли (Instituto Español de Comercio Exterior, ICEX) и агентство «Инвестируй в Испанию» (Invest in Spain), включившиеся в проект «испанской марки»²¹.

К важным компонентам политики испанского брендинга относятся развитие туризма и популяризация исторического и культурного наследия страны. Испания лидирует в Европе по объемам доходов от туризма. Если в 2016 г. страну посетили 75,3 млн иностранных туристов (доход тогда составил около 77 млрд евро²²), то в 2017 г. Испания побила свой собственный рекорд — около 82 млн туристов и второе место в списке самых популярных туристических направлений мира²³.

Таким образом, в современной Испании действует модель публичной дипломатии, опирающаяся на эффективную систему государственных агентств, осуществляющих внешнюю культурную политику и продвигающих бренд страны. Институты публичной дипломатии, а также сеть зарубежных культурных центров Испании стали для многих государств образцом эффективной реализации курса правительства.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

¹ А.И.К у б ы ш к и н, Н.А.Ц в е т к о в а. Публичная дипломатия США. М., Аспект пресс, 2013. с. 51—52. [Kubyshkin A.I., Cvetkova N.A. Publichnaja diplomatija SSHA] [US public diplomacy]. Moscow, Aspekt press, 2013, p. 51—52.

² Е.Г.П о н о м а р е в а, Я.В.А т а н я р. Научное сотрудничество — форма и метод публичной дипломатии. Обозреватель. 2015, № 8, с. 71. [Ponomareva E.G., Vatanjar Ja. Nauchnoe sotrudnichestvo — forma i metod publichnoy diplomatii] [Scientific cooperation — mode and tool of public diplomacy]. Moscow, Obozrevatel', 2015, № 8, p. 71.

³ А.Р.М о р е н о. Spanish soft power and its structural (non-traditional) model of diplomacy. — Available at: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/19086/retrieve> (accessed 20.10.2018).

⁴ Summer sessions. Talent development network. [Official website] — Available at: <http://www.summersessions.net> (accessed 20.10.2018).

⁵ Casa de América. — Available at: www.casamerica.es (accessed 20.10.2018).

⁶ Extracto del Preámbulo de los Estatutos de la Casa de América, aprobados en Madrid el 7 de marzo de 1990 y modificados por el Consejo Rector en fechas 23 de febrero de 1994 y 11 de diciembre de 1997. — Available at: <http://www.casamerica.es/institucion> (accessed 20.10.2018).

⁷ Casa de América. — Available at: <http://www.casamerica.es/temasTV> (accessed 20.10.2018).

⁸ Fundación Carolina. — Available at: <http://www.fundacioncarolina.es/la-fundacion/mision-y-valores/> (accessed 20.10.2018).

⁹ El español: una lengua viva. Informe 2016. Instituto Cervantes. — Available at: http://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2016.pdf (accessed 20.10.2018).

¹⁰ Real Academia Española. — Available at: <http://www.rae.es/la-institucion/historia> (accessed 20.10.2018).

- ¹¹ Ibid. — Available at: <http://www.rae.es/la-institucion/escuela-de-lexicografia/la-elh> (accessed 20.10.2018).
- ¹² Asociación de Academias de la Lengua Española. — Available at: <http://www.asale.org/academias> (accessed 20.10.2018).
- ¹³ Х.Д.Г а д ж и е в а. Культурная политика Испании в эпоху глобализации. Саратов, Экономика и социум, 2015, № 1, с. 16. [Gadzhieva H.D. Kul'turnaja politika Ispanii v jepohu globalizacii] [Spanish cultural politics in the age of globalization]. Saratov, Jekonomika i socium, 2015, № 1, p. 16.
- ¹⁴ Ley 7/1991, de 21 de marzo, por la que se crea el Instituto Cervantes. — Boletín Oficial del Estado. 22.03.1991.
- ¹⁵ Instituto Cervantes. — Available at: http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/informacion.htm (accessed 20.10.2018).
- ¹⁶ Congreso Internacional de la Lengua Española. — Available at: <http://congresosdelalengua.es> (accessed 20.10.2018).
- ¹⁷ Н.Б о г о л ю б о в а, Ю.Н и к о л а е в а. Внешняя культурная политика: опыт Испании. М., Латинская Америка, № 8, 2011, с. 67 [Bogoljubova N., Nikolaeva Ju. Vneshnjaja kul'turnaja politika: opyt Ispanii] [External cultural politics: Spanish attempt]. M., Latinskaja Amerika, № 8, 2011, p. 67.
- ¹⁸ П.П.Я к о в л е в. Испания: вызовы и риски нового политического цикла. М., ИЛА РАН, 2012, с. 82. [Jakovlev P.P. Ispanija: vyzovy i riski novogo politicheskogo cikla] [Spain: new challenges and risks of new political cycle]. M., ILA RAN, 2012, p. 82.
- ¹⁹ Marca España. — Available at: <http://marcaespana.es/> (accessed 20.10.2018).
- ²⁰ А.Р.М о r e n o. Op. cit.
- ²¹ 75 million and counting: Spain shattered its own tourism record in 2016. — El País. 13.I.2017. — Available at: http://elpais.com/elpais/2017/01/12/inenglish/1484227097_393882.html (accessed 20.10.2018).
- ²² España superaría en 2017 a EE.UU. en número de llegadas de turistas, según Funcas. — ABC Economía, 28.XII.2017. — Available at: https://www.abc.es/economia/abci-espana-superaria-2017-eeuu-numero-llegadas-turistas-segun-funcas-201712280251_noticia.html (accessed 20.10.2018).
- ²³ В.П.П а л к и н а. Недвижимость Испании: цены достигли «дна», продажи иностранцам растут. Полис, Политические исследования, 2014, № 1, сс. 49—59. [Palkina V.P. Nedvizhimost' Ispanii: tseny dostigli "dna", prodazhi inostrantsam rastut] [Spain Real Estate: Prices Have Reached the "Bottom", Sales to Foreigners are Growing]. Polis, Politicheskiye issledovaniya, 2014, № 1, pp. 49—59.

Daria A.Lobanova (dalobanova@gmail.com)
Program director, The Alexander Gorchakov Public Diplomacy Fund

Public diplomacy of Spain in Latin America: principles and institutions

Abstract. The article is dedicated to the modern model of public diplomacy of Spain in regards to Latin America countries. The research showed that its specific features and principles are determined by historical, economical, sociocultural and external evolution of Madrid's policy towards the Latin American countries. The article provides a detailed analysis of the main institutes of Spanish public diplomacy, their structure and main areas of activity.

Keywords: Spanish foreign policy, soft power, public diplomacy, national branding, intercultural dialogue, Spanish language policy.