

УДК 327(460):316.75

*Захватаєва Дар'я*

## КОНЦЕПТ «SOFT POWER» У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ ІСПАНІЇ

*Стаття присвячена дослідженню концепту м'якої сили в контексті зовнішньополітичної стратегії Іспанії. Розглянуто основні джерела формування іспанського потенціалу впливу та механізми його реалізації у міжнародному середовищі. Проаналізовано результати застосування м'якої сили Іспанією та її ефективність у досягненні зовнішньополітичних цілей.*

**Ключові слова:** м'яка сила, концепт «soft power» публічна дипломатія, культурна дипломатія.

**Постановка проблеми.** Іспанія почала усвідомлено реалізовувати політику «м'якої сили» раніше багатьох інших країн, спираючись на власні рекреаційні, туристичні, культурні та освітні ресурси. У листопаді 2025 року виповниться 50 років з моменту смерті Франсіско Франко, що стало важливим етапом у політичній історії країни. Відтоді Іспанія значно модернізувала свою зовнішню політику, а концепція «м'якої сили» стала невід'ємною частиною інструментарію її реалізації на міжнародній арені. Актуальність дослідження зумовлено зростаючим значенням м'якої сили як інструмента зовнішньополітичного впливу в умовах глобалізації та потребою у критичному переосмисленні ролі Іспанії в цьому контексті. Недостатнє висвітлення даної проблематики у сучасній науковій літературі, а також потенціал практичного застосування отриманих результатів у формуванні дипломатичних стратегій України додатково підкреслюють його наукову та прикладну цінність.

**Мета статті** полягає у дослідженні концепту «soft power» як інструменту зовнішньої політики Іспанії, виявивши його еволюцію, механізми реалізації та

ефективність у контексті сучасних міжнародних відносин.

**Аналіз актуальних досліджень та публікацій.** Огляд використаних джерел охоплює як західні, так і українські наукові підходи до вивчення м'якої сили в зовнішній політиці. Теоретичну базу становлять праці Дж. Ная, який запропонував і розвинув концепт м'якої сили, проаналізував її джерела та особливості прояву в зовнішній політиці провідних держав. У контексті Іспанії важливою є праця А. Морено, що розглядає специфіку іспанської м'якої сили та її дипломатичної моделі, а також дослідження J. Melissen який аналізує розвиток і виклики публічної дипломатії Іспанії. Серед українських дослідників варто виокремити В. Ціватого, який проаналізував етапи становлення публічної дипломатії Іспанії, її інституційні механізми та результати. Ю. Подаєнко розкрила особливості реалізації культурної дипломатії в європейських країнах, зокрема Іспанії.

**Виклад основного матеріалу.** З кінця ХХ століття концепція «м'якої сили», розроблювана протягом 1980-х та вперше окреслена Джозефом Найєм на початку 1990-х років, здобула широке визнання, ставши невід'ємною складовою міжнародної політики багатьох країн. Цей підхід акцентує увагу на використанні культурних, інформаційних та дипломатичних інструментів впливу, що поступово витісняють традиційні методи «жорсткої сили» на другий план [10]. Особливого значення для Королівства Іспанія це набуло в постфранкістський період, коли політичний клас Іспанії здійснив радикальну реформу принципів державного та територіального устрою країни, відійшовши від франкістської моделі суворо централізованої унітарної держави. У середині 1970-х років однією з основних цілей нової Іспанії стала стратегія формування національного бренду та зміна іміджу країни на світовій арені. Ця мета була досягнута в значній

мірі і поступово трансформувалася в сучасну політику «м'якої сили», реалізація якої закріплена у законодавчих документах на найвищому рівні.

Кожна країна, поряд із основними джерелами та інструментами, має власний набір засобів «м'якої сили», які спрямовані на розширення її впливу на міжнародній арені та відображають характерні національні риси та специфіку. Серед ключових інструментів «м'якої сили» Іспанії можна виокремити декілька основних напрямів. По-перше, слід виокремити публічну дипломатію, що акцентує увагу на культурних перевагах шляхом мовлення, підтримки культурного експорту та організації освітніх і культурних обмінів. Особливе значення для країн із федеративною структурою, як Іспанія, має той факт, що публічна дипломатія є двонаправленою: вона одночасно фокусується як на зовнішньому так і внутрішньому напрямках [9].

Внутрішній напрямок публічної дипломатії в Іспанії проявляється, зокрема, через розвиток туризму, який відіграє ключову роль не лише у формуванні міжнародного іміджу країни, а й у зміцненні міжрегіональної єдності, економічного зростання та національної ідентичності. Королівський указ 1985 року закріпив його стратегічне значення, передбачаючи координацію з економічним плануванням і щорічну розробку програм розвитку іноземного туризму [8]. Не зважаючи на те, що документ припинив свою дію, він засвідчив далекоглядність іспанського уряду та розуміння стратегічної ролі туризму в економічному розвитку.

Важливим елементом публічної дипломатії стало впровадження у 2012 році національного бренду «Marca España». Його розробка, що тривала з 2010 року, включала серію семінарів і зустрічей, спрямованих на вдосконалення сприйняття країни за кордоном.

По-друге, потрібно зазначити культурну дипломатію, що стала одним з найефективніших механізмів відновлення іспанської «м'якої сили» після завершення

режиму Ф. Франко. Іспанія розробила чітку державну стратегію культурної дипломатії, яка залишається стабільною навіть під час змін політичних еліт. Основна мета полягає у формуванні та просуванні бренду «Культурна Іспанія», що базується на національних особливостях, культурній індустрії та підтримці вивчення іспанської мови. Це досягається через активну участь у світових культурних подіях, розвиток культурного співробітництва спрямованого на подолання наслідків ізоляції часів Франко та створення образу сучасної європейської держави [1].

Базою для реалізації культурної дипломатії слугує мережа інституцій, що забезпечують широкі зовнішні зв'язки в Латинській Америці, Європі, США та країнах Магрибу. Ключову роль відіграє Інститут Сервантеса – найбільша державна установа, відповідальна за поширення іспанської мови та культури у світі. Намагання іспанського уряду щодо вищезгаданих цілей справедливо вважаються успішними. Як зазначив Дж. Меллісен, «Іспанія є одним з найбільш вдалих прикладів сучасного, успішного національного брендингу, оскільки вона продовжує будувати те, чим насправді є» [7].

По-третє, необхідно виділити науково-дослідницькі центри або «фабрики думки», які об'єднують авторитетних експертів, вчених, дипломатів і політиків, котрі активно співпрацюють з державними органами у питаннях зовнішньої політики. Аналітичні центри є інструментом «м'якої сили», і їхній вплив залежить від наявності цього ресурсу. Вони мають завдання аргументувати й переконувати, впливаючи на громадську думку — безпосередньо або через засоби масової інформації, інші аналітичні центри, уряд, установи та суб'єкти політичної системи, які беруть участь у розробці політики, а також на інших важливих національних та міжнародних акторів.

У Королівстві Іспанія практика створення науково-дослідницьких центрів, відомих також як «фабрики думки», існувала ще задовго до концептуалізації «м'якої сили», запропонованої Джозефом Наєм. Першою іспанською «фабрикою думки» став Фонд Пабло Іглесіаса, заснований у 1926 році. Проте Громадянська війна 1936–1939 років і встановлення диктаторського режиму генерала Франко на тривалий період зупинили незалежну дослідницьку діяльність у країні. Втім, вже в першому десятилітті XXI століття Іспанія відновила процес розвитку інтелектуальних інституцій, і на території країни активно почали виникати численні «фабрики думки».

Інституційне забезпечення іспанської «м'якої сили» реалізується через декілька основних аналітично-дослідницьких центрів. По-перше, тк. зв. «Дома» (ісп. Casas) – інституції державно-приватного партнерства, що ефективно формують зовнішньополітичне, економічне та культурне співробітництво з пріоритетними регіонами. Ініціатива створення цих організацій, запропонована науковою спільнотою та підтримана МЗС Іспанії, була реалізована у 1992 році як інструмент зовнішньої політики. До мережі входять шість інституцій: Casa America (Мадрид), Casa Africa (Канарські острови), Casa Arabe (Мадрид), Casa Asia (Барселона, Мадрид), Casa Mediterraneo (Аліканте) та Casa Sefarad (Мадрид) [2]. Вони сприяють розвитку освітніх, наукових і економічних зв'язків, забезпечують багатосторонню взаємодію з державними та приватними партнерами та підтримують комунікацію з іноземною громадськістю через публічну дипломатію.

По-друге, важливу роль у забезпеченні «м'якої сили» Іспанії відіграє Королівський інститут Елькано. Основна діяльність включає публікацію наукових статей і звітів із зовнішньої політики Іспанії та глобальних питань, організацію робочих груп, семінарів і конференцій, а також участь у міжнародних проектах. Саме в рамках цього Інституту з 2000-х років публікується значна кількість робіт і звітів, присвячених

концепції «м'якої сили». Таким чином, можна вважати, що іспанське тлумачення цієї концепції базується саме на публікаціях Інституту Елькано.

По-третє, діяльність Інституту Сервантеса, що репрезентує зовнішній вимір публічної дипломатії Іспанії, стала провідним механізмом поширення іспанської мови та культури у світі. За понад три десятиліття Інститут відкрив філії у десятках країн. Основні завдання включають розробку методик викладання іспанської мови, створення підручників і впровадження стандартів іспиту DELE. Інститут організовує навчання, культурні заходи та створює бібліотеки за кордоном. В Іспанії за його методиками працюють сотні приватних мовних академій, що сприяє формуванню позитивного іміджу країни, розвитку мовного туризму та міжнародних зв'язків.

Значні успіхи у діяльності цієї установи ми можемо спостерігати вже зараз. За даними офіційного щорічного звіту Інституту Сервантес «Іспанська у світі», кількість тих, хто вивчає іспанську мову, стабільно зростає. Крім цього, у звіті наголошується, що кількість іспаномовних у світі продовжує збільшуватися, включаючи як носіїв мови, так і тих, хто її вивчає. Протягом останніх десяти років ця тенденція зберігається, особливо в країнах Європейського Союзу та Африки [3].

Загалом, в Іспанії розвиток «м'якої сили» та національного бренду з самого початку перебував у фокусі державної уваги. Зокрема, перший комплексний проект «Marca España», спрямований на підвищення позитивного сприйняття країни за кордоном, став відправною точкою для впровадження низки ініціатив з цією метою. Заміну цього проекту в 2018 році новою державною програмою можна розглядати як підтвердження серйозного ставлення уряду до питань національного брендингу та культурного впливу на міжнародній арені.

Модель «м'якої сили» Іспанії не є типовою для загальної картини цієї

концепції. Відмінні риси «м'якої сили» Іспанії та її ефективність можливо прослідкувати та оцінити за допомогою спеціалізованих рейтингів та індексів. Зокрема, за даними порівняльного аналізу від British Council та її міжнародних аналогів, які займаються діяльністю в сфері «м'якої сили», Іспанія займає провідні позиції в таких сферах, як туризм, культура та мова. У той же час, за даними Brand Finance (рейтинг «Глобальний індекс м'якої сили 2024»), провідної консалтингової компанії з оцінки національних брендів, протягом 2022-2024 років Іспанія впевнено втримується в десятці держав-лідерів за показниками ефективності «м'якої сили». Туризм залишається основним рушієм «м'якої сили» в Іспанії на міжнародному рівні. Країна у десятці найвищих позицій у номінаціях «Культура та спадщина», «Медіа та комунікація». Загалом, з 2020 року країна піднялася на 5 позицій [4].

Підсумовуючи, можна зазначити, що протягом останніх десятиліть Іспанія суттєво зміцнила свої позиції як ефективного актора «м'якої сили» на міжнародній арені. Вихід із авторитарного режиму та перехід до демократичного урядування відкрили перед країною можливості для розвитку зовнішньої культурної політики та національного брендингу, які стали основою нової міжнародної стратегії. Створення інституційної бази та удосконалення нормативно-правової основи дозволили Іспанії побудувати потужну мережу культурної дипломатії, що охоплює різні аспекти національної ідентичності – від культурної спадщини та туризму до освіти, науки та спорту. Водночас державна підтримка діяльності Інституту Сервантеса та розвиток освітньої й спортивної дипломатії сприяють поширенню іспанської мови, культури та цінностей, чим зростає міжнародна привабливість країни. Успішне позиціонування в міжнародних рейтингах «м'якої сили» підтверджує результативність цих зусиль, демонструючи стійку динаміку зростання в таких сферах, як культура, медіа та комунікація. Такий стратегічний підхід

підвищує міжнародний престиж Іспанії, водночас слугуючи інструментом для залучення інвестицій, туристів та культурних партнерів, що у сукупності зміцнює позиції країни у глобальному політичному ландшафті.

### Список літератури

1. Подаєнко Ю. Л. Європейський досвід реалізації культурної дипломатії: специфіка та перспективи подальшого розвитку. *Наукові праці*. 2014. Вип. 218. С. 48–53.
2. Ціватий В. Стратегії комунікативного впливу та модель публічної дипломатії Королівства Іспанія в умовах глобалізованого світоустрою XXI століття: досвід національного брендування для України (інституціональний та іміджевий дискурси). Київ, 2024. С. 761–773. URL: [https://ud.gdip.com.ua/wp-content/uploads/2023/12/74\\_2023.pdf](https://ud.gdip.com.ua/wp-content/uploads/2023/12/74_2023.pdf) (02.05.2024)
3. Anuario del Instituto Cervantes. El español en el mundo (Іспанська у світі). Madrid. Diseño de cubierta y maquetación: Prodigioso Volcán, 2024. 656 p. URL: [https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario\\_24/el\\_espanol\\_en\\_el\\_mundo\\_anuario\\_instituto\\_cervantes\\_2024.pdf](https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_24/el_espanol_en_el_mundo_anuario_instituto_cervantes_2024.pdf) (02.05.2024)
4. Brand Finance. Global Soft Power Index 2024. URL: <https://brandirectory.com/softpower/nation?country=154> (дата звернення: 02.05.2024)
5. De Tamarón M. El Instituto Cervantes (Інститут Сервантеса). *Arbor*. 1999. Vol. 163(641), С. 123–148.
6. Instituto Cervantes. *La institución*. 2024. URL: <https://cervantes.org/es/sobre-nosotros/institucion>. (дата звернення: 02.05.2024)
7. Melissen J. Public diplomacy between theory and practice. *The New Public Diplomacy*. London. 2006. P. 3–27.
8. Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones. Real Decreto 672/1985,

de 19 de abril, por el que se dictan normas sobre la promoción exterior del turismo (Королівський указ 672/1985 від 19 квітня, який встановлює положення щодо просування іноземного туризму). Madrid: 117, 14093.

9. Moreno A. P. Spanish soft power and its structural (non-traditional) model of diplomacy. *Contemporary Spanish Foreign Policy*. 2014. P. 48–63.
10. Nye J. S. Soft Power. *Foreign Policy*. 1990. Vol. 80. P. 153–171.

**Zakhvataieva Daria** – Student of the Faculty of International Relations, Political Science, and Sociology of the Odesa I. I. Mechnikov National University

#### **THE CONCEPT OF "SOFT POWER" IN SPAIN'S FOREIGN POLICY**

*The article is devoted to the study of the concept of soft power in the context of Spain's foreign policy strategy. It examines the main sources of Spain's influence potential and the mechanisms for its implementation in the international arena. The effectiveness and outcomes of Spain's application of soft power in achieving its foreign policy objectives are also analyzed.*

**Keywords:** *soft power, concept of "soft power", public diplomacy, cultural diplomacy.*

*Рекомендовано до друку –  
к. політ. н., доц. Вакарчук К. В.*

*Стаття надійшла в редакцію  
18.02.2025 р.*