

кандидат исторических наук, доцент,
заведующий кафедрой медийной политики и связей с общественно-
стью факультета международной журналистики МГИМО МИД России,
Россия, г. Москва

аспирант Дипломатической академии МИД России,
эксперт Института актуальных международных проблем,
Россия, г. Москва

КАТАЛОНСКАЯ ПРОБЛЕМА В ИМИДЖЕ ИСПАНИИ

Статья посвящена изучению позиции Испании в имиджевом пространстве после обострения каталонского кризиса в связи с незаконным референдумом, прошедшем в регионе в 2017 г. Основной целью исследования является оценка влияния, которое оказало ухудшение отношений между центральным правительством и Каталонией на восприятие Испании в 2021 г. Для проведения исследования использовался метод анализа документов и аналитических отчетов по динамике имиджа Испании, ежегодно подготавливаемых Королевским Институтом Элькано. В результате выполнения поставленной исследовательской цели было выявлено, что концептуальная база имиджевой политики Испании характеризуется изменчивостью. В настоящее время главным инструментом формирования позитивного имиджа является продвижение испанского языка в мире. Кроме того, в рамках исследования было выявлено существование различий в восприятии Испании ее жителями и гражданами других стран. Также было определено, что каталонский кризис представлял имиджевую угрозу для Королевства из-за негативного информационного фона, сопровождавшего ответные действия испанского правительства на незаконный референдум. При этом, был сделан вывод, что каталонский кризис не нанес серьезного ущерба репутации Испании. Подавляющее большинство жителей стран Европейского союза не изменили своего представления о стране.

Ключевые слова: *Испания, Каталония, референдум, имидж, восприятие, информационное пространство.*

Введение. Начало централизованному управлению имиджевой политикой Испании было положено в 2012 г., когда правительство Народной

партии (НП), во главе которого стоял Мариано Рахой, запустило проект «Марка Испания» (исп. Marca España). В краткосрочной перспективе эта инициатива была нацелена на улучшение имиджа Королевства, а в долгосрочной – на формирование устойчивой положительной репутации страны. В основу программы была заложена активизация инструментов экономической дипломатии. Целями являлись: 1) преодоление негативных последствий для имиджа страны от мирового финансового кризиса 2008-2009 гг.; 2) повышение доверия Испании для привлечения новых зарубежных инвестиций; 3) укрепление репутационного капитала Испании в социальной, культурной, научной и технологической областях [1].

После вынесения летом 2018 г. вотума недоверия правительству М. Рахоя пост премьер-министра страны занял лидер Испанской социалистической рабочей партии (ИСПП) Педро Санчес. В сентябре 2018 г. министр иностранных дел Испании Жосеп Боррель дал старт новому проекту по укреплению имиджа Королевства – «Глобальная Испания» (исп. España Global). Также была сформирована и соответствующая институциональная база. Для реализации задач в рамках нового плана начал функционировать Государственный секретариат «Глобальной Испании». В инициативе Борреля сделан акцент на продвижении испанской культуры, ее традиционных аспектов, таких как гастрономия, язык или туристические направления. Также уделено внимание повышению доверия государственным институтам Испании [4].

Несмотря на расширение инструментария и конкретизацию задач по укреплению имиджа Королевства история проекта «Глобальная Испания» оказалась короче, чем у его предшественника «Марки Испания». 17 июля 2021 г. новый министр иностранных дел государства Хосе Мануэль Альбарес объявил о реструктуризации МИД Испании. Одним из наиболее значимых изменений стало прекращение функционирования, созданного Боррелем Государственного секретариата «Глобальной Испании». Одновременно с этим Альбарес объявил о создании Государственного секретариата для Иберо-Америки и Карибского бассейна, и испанского языка в мире. Таким образом был дан старт новому имиджевому проекту – «Испанский в мире» (исп. Español en el Mundo) [5].

Позиции Испании в имиджевом пространстве. Королевский институт Элькано проводит ежегодные исследования по оценке позиций Испании в имиджевом пространстве. Одной из важнейших особенностей, выделяемых аналитическим центром, являются различия в восприятии Королевства между его собственными подданными и зарубежными гражданами. По оценкам ученых, наибольший разрыв наблюдался в самые тяжелые годы экономического кризиса (2009-2014 гг.). Затем, начиная с 2015 г., одновременно с улучшением макроэкономических показателей, восприятие Испании начало восстановление, которое, согласно данным исследователей, продолжилось и в 2021 г. [6].

В своем отчете за 2021 г. эксперты заявляют о том, что испанцы по-прежнему более скептически относятся к своей стране, чем жители других государств. В частности, отмечается, что в 2020 и 2021 гг. репутация Королевства в глазах своих подданных находилась на более низком уровне, чем у граждан других стран, входящих в «Группу семи» [6]. Подобные результаты могут свидетельствовать о том, что более низкая оценка испанцами своей страны обусловлена негативным влиянием совокупности кризисов в здравоохранении и социально-экономическом развитии, что было вызвано коронавирусом.

Одной из составных частей исследования экспертов Института Элькано является показатель Pulse, который измеряет степень уважения, доверия и хорошего впечатления о стране. По оценкам исследователей, он показал небольшое снижение (на 1,5 пункта) в течение 2019-2021 гг. Это привело к тому, что в 2021 г. ученые Института расположили Испанию на 14-м месте в своем рейтинге из 55 стран [6].

Информационный фон каталонского кризиса – вызов для имиджа Испании. 1 октября 2017 г. в Каталонии состоялся антиконституционный референдум о статусе региона. При явке в 43% за независимость отдали голоса 90% участников [1]. Правительство Мариано Рахоя решило дать жесткий ответ на действия националистов автономии, который включил в себя задержания организаторов мероприятия и применение 155 статьи Конституции [3], которая подразумевает роспуск регионального правительства. День голосования в Каталонии был ознаменован многочисленными столкновениями с полицией, которая предпринимала попытки закрывать избирательные участки в регионе.

Последовавшее за референдумом судебное разбирательство в Верховном суде Испании, а также бегство бывшего главы Каталонии Карлеса Пучдемона из страны поставило Королевство перед непростым вызовом – убедить зарубежную общественность в разумности действий в отношении националистов. Параллельно с этим сторонники независимости Каталонии активизировали свою кампанию, прежде всего в информационном поле. Многократные упоминания в социальных сетях о жестокости испанской полиции, несправедливых задержаниях активистов и лишении права на самоопределение были направлены на формирование негативного восприятия действий властей Испании среди европейцев. Тем не менее, значительных успехов достичь не удалось. Солидарность с Каталонией выразили лишь несколько депутатов Европейского парламента, отдельные журналисты и представители некоторых неправительственных организаций.

Еще одним вызовом для имиджа Испании стала проблема политических заключенных. В октябре 2019 г. 12 бывших каталонских политиков были приговорены к тюремным срокам от 11 до 13 лет. На протяжении двух лет националистами осуществлялись попытки по созданию соответствующего

информационного поля для привлечения внимания Брюсселя к проблеме. Однако начало пандемии коронавируса в 2020 г. и последовавшие за ним социально-экономические проблемы в Испании сместили каталонский вопрос с повестки дня. А в 2021 г. после переговоров Педро Санчеса и главы каталонского правительства Пере Арагонеса власти Королевства приняли решение об амнистии всех заключенных.

Тем не менее, важно отметить, что среди испанцев подобный шаг не нашел широкого одобрения. По оценкам экспертов, около 60% не поддержали такие уступки националистам со стороны П. Санчеса. При этом, зарубежными наблюдателями подобное действие Мадрида, напротив, было расценено как демократичное и разумное [2].

По оценкам экспертов Института Элкьяно, каталонский кризис оказал крайне «ограниченное влияние» на международный имидж Испании. Позиции Испании в ежегодных индексах в период с 2017 по 2021 гг., не претерпели существенных изменений. После восстановления от мирового экономического кризиса международный имидж Испании, в целом, является «устойчивым и положительным» [7].

Несмотря на негативный информационный фон вокруг Испании в связи с каталонским кризисом, общественное осуждение жестких мер полиции и суровых приговоров судебных органов, общий имидж Королевства практически не изменился. В проведенном социологическом исследовании Институтом Элкьяно было выявлено, что подавляющее большинство опрошенных (82%) в странах ЕС не изменили свое мнение об Испании после обострения каталонского кризиса. При этом, 6% заявили о том, что имидж улучшился, а 12% высказались о его ухудшении [7].

Важно отметить, что подобные оценки могут быть связаны с незнанием деталей данной проблемы. Причиной убежденности в ухудшении имиджа Испании может является неправильное представление о том, что большинство жителей Каталонии выступают за независимость, хотя на самом деле они составляют менее 50%, что было выявлено референдумом, в котором приняли участие лишь 43% населения. Помимо этого, большинство европейцев выступают против отделения Каталонии, поскольку успех националистов может спровоцировать аналогичные устремления в целом ряде стран ЕС, включая Бельгию, Францию и Италию.

Заключение. Концептуальное оформление имиджевой политики Королевства проходило на протяжении 2010-х гг. Созданный в 2012 г. проект «Марка Испания», делавший акцент на экономической дипломатии, в 2018 г. был заменен планом «Глобальная Испания», выдвигавшем на первый план культуру и туризм. Актуальная программа по развитию имиджа Королевства, «Испанский язык в мире», была запущена в 2021 г. Проект нацелен на использование языка в качестве инструмента, сближающего страны ибероамериканского мира.

Центральной особенностью имиджа Испании является наличие разрыва между испанцами и жителями зарубежных стран в восприятии Королевства. Оценка испанцами своей страны, ухудшившаяся после финансового кризиса 2008-2009 гг., начала восстанавливаться ближе к 2018 г. Это привело к тому, что разрыв между восприятием Испании среди собственных жителей и среди иностранцев продолжает сокращаться.

Каталонский кризис оказался существенным имиджевым вызовом для Испании. Негативный информационный фон, сформировавшийся из-за жестких действий полиции в ходе референдума 2017 г. и вынесенных в 2019 г. длительных приговоров бывшим региональным политикам, осложнил позиции Королевства. Объявление П. Санчесом амнистии каталонским националистам в 2021 г. понизило угрозу международным имиджевым позициям Испании, однако встретило недовольство внутри государства.

Тем не менее, обострение каталонского кризиса не нанесло существенного имиджевого ущерба Королевству. Большинство жителей стран Европейского союза не стали хуже относиться к Испании. Основной причиной для этого может является понимание негативных последствий возможного отделения Каталонии. Европейцы опасаются, что успех каталонцев может активизировать сепаратистские устремления регионов многих государств ЕС.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Королева А.А.* Бренд «Испания»: восприятие внутри страны и за рубежом // Ибероамериканские тетради. 2017. № 4 (18).
2. *Cámara M.* Así es España Global, el sustituto de Marca España al que Sánchez ha dado más poder en su nuevo Gobierno // Cope. 06.02.2020 // https://www.cope.es/actualidad/espana/amp/noticias/asi-espana-global-sustituto-marca-espana-que-sanchez-dado-mas-poder-nuevo-gobierno-20200206_614135.
3. Constitución Española // Gobierno de España. 1978 // http://www.lamoncloa.gob.es/documents/constitucion_es1.pdf.
4. España Global // Ministerio de Asuntos Exteriores de España. 2020 // <http://www.exteriores.gob.es/portal/es/politicaexteriorcooperacion/marcaesp/paginas/inicio.aspx>.
5. *Gonzales Casado I.* Problemas en Exteriores para gestionar la reputación de España: tres cambios de director y de proyecto en cuatro años // El Confidencial Digital. 20.07.2021 // <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/politica/problemas-exterores-gestionar-reputacion-espana-cambios-director-proyecto-anos/20210719191635262509.amp.html>.
6. La reputación de España en el mundo. Country RepTrak 2021 ENEN // Real Instituto Elcano. 25.10.2021 // <https://www.realinstitutoelcano.org/en/work-document/la-reputacion-de-espana-en-el-mundo-country-reptrak2021/>.
7. *Molina I., Martín N.* La crisis catalana y la influencia de España en Bruselas // Real Instituto Elcano. 28.04.2019 // <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/la-crisis-catalana-y-la-influencia-de-espana-en-bruselas/>.

P.V. MENSHIKOV

*Ph.D. in History, Associate Professor, Head of the
Department of Media Policy and Public Relations of the Faculty
of International Journalism, Moscow State Institute
of International Relations (MGIMO University),
Moscow, Russia*

A.S. VILCHINSKII

*Post-Graduate Student of the Diplomatic
Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia,
Expert of the Institute for Contemporary International Studies,
Moscow, Russia*

CATALAN PROBLEM IN THE IMAGE OF SPAIN

The article is devoted to the analysis of Spain's image after the escalation of the Catalan crisis in the wake of the illegal referendum held in the region in 2017. The main purpose of the paper is to assess the impact the deterioration of relations between the central government and Catalonia had on the perception of Spain. In order to carry out the research the authors used analytical reports on the dynamics of the image of Spain, prepared by the Royal Elcano Institute annually. As a result, it was revealed that the conceptual basis of the image policy of Spain is flexible. Currently, the main tool for creating a positive image is the promotion of the Spanish language in the world. In addition, the article also reveals differences in the perception of Spain by its residents and citizens of other countries. The authors underscore that the Catalan crisis posed a threat to the image of the Kingdom due to the negative information background that accompanied the Spanish government's response to the illegal referendum. The article concludes that the Catalan crisis has not caused serious damage to the image of Spain. The vast majority of the European Union citizens have not changed their perception of the country.

Key words: *Spain, Catalonia, referendum, image, perception, information space.*