

УДК 327.39

DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-206-213

## ИСПАНОФОНΙΑ КАК РЕСУРС ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ ИСПАНИИ

**Пупышева М. В.**

*Московский государственный лингвистический университет  
119034, г. Москва, ул. Остоженка, д. 38, стр. 1, Российская Федерация*

### **Аннотация.**

**Цель** статьи состояла в анализе становления и развития испанофонии как ресурса выстраивания внешней политики Испании.

**Процедура и методы исследования** включали обобщение данных международных агентств, испанских исследовательских институтов, а также российских и испанских научных работ по истории возникновения и современного состояния испанофонии.

**В результате проведенного исследования** было установлено, что потенциал испанофонии не полностью реализован по причине отсутствия в прошлом единого стратегического подхода к созданию новой модели лингвофонии. При этом правительство Испании осознало необходимость в разработке комплексного видения роли языка и культуры в реализации внешней политики.

**Теоретическая/практическая значимость** заключается в выявлении проблем и трудностей политики испанофонии за последние годы, а также в формулировке ряда направлений, в которых испанофония может выступить в качестве ресурса для продвижения политических интересов Испании. Сформулированные практические рекомендации могут быть полезны в рамках работы над отечественной концепцией русофонии.

**Ключевые слова:** испанофония, лингвофония, внешняя политика Испании, Латинская Америка, мягкая сила

## HISPANOPHONY AS A RESOURCE OF SPANISH FOREIGN POLICY

**M. Pupyshva**

*Moscow State Linguistic University  
38-1 Ostozhenka ul., Moscow 119034, Russian Federation*

### **Abstract.**

**Aim.** To study the establishment and development of Hispanophony and analyse its potential as a resource for shaping the foreign policy of Spain.

**Procedure and methods.** Information provided by international consulting agencies and Spanish research institutions, as well as data gathered from Russian and Spanish scientific papers on the establishment of Hispanophony and its current state were generalised and examined.

**Results.** The study revealed that the potential of Hispanophony has not been fully realized due to the lack of a unified strategic approach. However, the Government of Spain recognized the necessity to develop an integrated model promoting the Spanish language and culture during implementing its foreign policy.

**Theoretical/practical relevance.** The paper identified problems and difficulties of the modern Hispanophone policy, as well as defined a number of areas in which Hispanophony can be used as a resource for promotion of political interests of Spain. Additionally, the formulated practical suggestions can be applied for elaborating the concept of Russophony.

**Keywords:** Hispanophony, linguaphony, Spanish foreign policy, Latin America, soft power

### Введение

В XXI в., когда в условиях глобализации размываются политические и территориальные границы, правительствам становится труднее реализовывать внешнеполитические интересы при помощи традиционных дипломатических инструментов. Культура и национальные ценности представляют собой ресурс, который может использоваться для продвижения позиций страны на международной арене.

За относительно короткую историю испанской демократии испанофония пережила два периода расцвета: с окончания «Перехода» до экономического кризиса 2008 г. и с 2014 г. по сегодняшний день. Причины, давшие толчок к развитию идеи испанофонии в оба периода оказались идентичны: укрепление позиций Королевства внутри ЕС и на международной арене посредством использования стран Испаноамерики в качестве плацдарма для роста и идеи внешнего объединения для решения внутренних проблем.

Точкой отсчета нового витка развития внешней политики Испании принято считать смерть каудильо Франсиско Франко и принятие «Закона о политической реформе», положившие конец системе франкизма [6, с. 107–108]. В этот период перед Испанией встаёт множество внешнеполитических задач, требующих привлечения различных ресурсов. Внешнеполитические ресурсы выступают как совокупность факторов, которые могут быть использованы государством на международной арене для проведения внешнеполитической стратегии и достижения желаемых результатов. В качестве главных нематериальных ресурсов внешней политики Испании П. П. Яковлев выделяет политические, социальные, репутационные, культурно-идеологические, информационные и научно-образовательные [5, с. 28–38]. В наше время наибольшее влияние на международное пространство оказывают репутационные,

идеологические и культурологические ресурсы, позволяющие стране достигать своих целей за счет ее престижности и лидеров, – как политических, так и культурных, а также за счет способности влиять на менталитет и быт обществ других стран.

Лингвофония является одним из нематериальных ресурсов мировой политики и понимается «как весь лингвоговорящий мир, объединяющий все страны и народы, говорящие на данном языке, и как различные институты... отстаивающие интересы этих государств и народов в мировом сообществе» [4, с. 4]. Создание и использование новой модели лингвофонии требовало формирования политико-экономической инфраструктуры, связывающей Испанию и Латинскую Америку, основанной на идее равенства всех ее членов. Луису Яньесу, политику и евродепутату от Испанской социалистической рабочей партии (*PSOE*), принадлежит высказывание: «Мы должны четко понимать, что не стоит пытаться построить эквивалент франкофонии или Содружества наций, в котором старые метрополии играют роль гегемона. В случае Испании отношения должны быть не отцовско-сыновние, а братские» [9, р. 166].

Испанофония – это «совокупность процессов распространения испанского языка и приобщения к испанской культуре и ибероамериканской цивилизационной общности, а также создания соответствующей лингвополитической и культурологической инфраструктуры» [4, с. 147]. Таким образом, испанофония, являясь нематериальным внешнеполитическим ресурсом, призвана создавать благоприятный имидж и приобщать к национальным особенностям менталитета, влияя на быт и мировоззрение. По оценкам зарубежных исследователей, испанофония является эффективным инструментом политической и экономической экспансии короны [10, р. 80].

Основные причины возникновения испанофонии:

– необходимость формирования образа Испании как современного демократического государства;

– необходимость вступления Испании в международные политические институты;

– налаживание каналов торговли Испании с испаноязычными странами и закрепление Испании на внешних рынках;

– противодействие распространению других лингвфоний (особенно англофонии и лузофонии), в первую очередь, в геополитическом ареале распространения испанского языка.

Выбранная автором тема недостаточно полно освещена в отечественной науке в силу относительной новизны самого термина «испанофония», тем не менее стоит отметить, что влияние испанского языка и культуры, а также публичная дипломатия Мадрида являются объектом пристального изучения многих авторов, в частности П. П. Яковлева [5; 6] и Н. В. Ковалевской [2; 4]. В зарубежных источниках вопрос влияния языка на продвижение внешнеполитических и экономических интересов страны представлен более полно, в особенности ежегодными исследованиями Института Сервантеса<sup>1</sup>, Королевского института международных исследований Элькано<sup>2</sup> и прикладной системы MESIAS<sup>3</sup>. В отдельную группу следует выделить авторов, исследующих влияние испанского языка и культуры на восприятие Испании за рубежом [7; 9; 10].

Целью данной статьи является изучение становления и развития испанофонии как инструмента усиления политического влияния страны, пережившей длительную изоляцию, способа разрешения внутривнутриполитических конфликтов, а также как примера использования мягкой силы для создания единого лингвополитического и экономического пространства.

<sup>1</sup> El Español, una lengua viva.

<sup>2</sup> Índice Elcano de Presencia Global.

<sup>3</sup> MESIAS: Un Sistema de Inteligencia para la Marca España.

Основной задачей статьи является анализ процесса формирования испанофонии, определение допущенных системных ошибок и способов их исправления. Автор считает, что опыт создания глобального лингвополитического пространства является показательным и для других стран, в том числе в рамках активной работы над концепцией русофонии.

### Генезис испанофонии как политического феномена

В 1988 г. создается Ректорский совет по испанскому языку при Министерстве иностранных дел (сегодня Государственный секретариат *Spain Global*). По примеру *Institut Français* открывается первый Институт Сервантеса – государственное учреждение, «созданное для преподавания испанского языка и распространения испанской и латиноамериканской культуры»<sup>4</sup>. В структуру Института входят головной офис в Мадриде и более 430 центров в 43 странах, и ареал их распространения напрямую связан с основными векторами внешней политики Испании: так, наибольшее количество центров было открыто в Бразилии, играющей важную роль в интеграционных процессах в Латинской Америке. Он преследует не только образовательные цели, о чем напрямую говорит директор Института Сервантеса Кармен Каффарель: «Сервантес служит для того, чтобы открывать зарубежные двери испанским компаниям. По мере роста нашей известности в мире будет расти наш вес и как страны, ... а такая нематериальная ценность, как испанский язык, станет послом нашей страны в мире»<sup>5</sup>.

Во время переговоров о вступлении в Европейское экономическое сообщество правительство Испании активно

<sup>4</sup> См.: сайт Института Сервантеса в Москве. – URL: [https://moscu.cervantes.es/ru/o\\_nas\\_ispanskiy.htm](https://moscu.cervantes.es/ru/o_nas_ispanskiy.htm).

<sup>5</sup> Цит. по: Martínez A. “El Cervantes sirve para abrir puertas a las empresas españolas en el exterior” // *expansion.com* [сайт]. – URL: <http://www.expansion.com/2008/01/09/entorno/1075788.html> (дата обращения: 22.05.2019).

использовало статус страны как моста между Европой и Латинской Америкой. Однако это требовало укрепления влияния в испаноязычных странах, для чего в начале 90-х гг. XX в. Испания начинает экономическую экспансию: небольшая группа корпораций, таких, как *Endesa*, *Repsol*, *Telefónica*, а также финансовые группы *Santander* и *BBVA*, при поддержке испанского правительства осуществляют прямое инвестирование в соответствующие отрасли в Латинской Америке. Вскоре на рынки выходят медиакорпорации *PRISA* и *Grupo Planeta*. Укоренившись на основных рынках Латинской Америки, Мадрид приобретает достаточную «информационную силу» и рычаги влияния для давления на политический курс своих бывших колоний и контроля их политической повестки дня [1, с. 34]. Вместе с тем благодаря Испании регион становится крупнейшим в мире реципиентом прямых инвестиций, что провоцирует его экспансию, равно как быстрый рост благосостояния населения.

Помимо внешнеполитических задач, испанофония выступила как стабилизирующий фактор внутри страны. Успехи испанофонии и укрепление позиций Испании в ЕС и НАТО продолжительное время удерживают стабильность и положительный образ правительства в стране, несмотря на коррупционные скандалы, связанные с нелегальным финансированием партии, находящейся у власти, и деятельность террористической группировки ЭТА.

Несмотря на активное развитие испанофонии, сам термин лишь в 2002 г. был впервые употреблен на официальном уровне: маркиз Альфонсо де Салас, со-основатель газеты *El Mundo*, использовал его для обозначения процесса распространения испанского языка [2, с. 246]. В этом же году Испания становится председателем ЕС, что является одной из причин подписания документа о развитии межрегионального сотрудничества Евросоюза с Латинской Америкой. Од-

нако соглашение о свободной торговле так и не было подписано. Как указывает А. И. Емельянов, «Общему рынку Юга» была необходима новая площадка для сбыта сельскохозяйственной продукции, в то время как для ЕС этот сектор являлся дотационным [3, с. 43]. Тем не менее под давлением Испании было намечено еще несколько раундов переговоров по данному вопросу. Мировой кризис 2007–2008 гг., вылившийся в европейский кризис в 2010 г., вынуждает Испанию отложить идею испанофонии и обратиться к решению внутренних вопросов.

В 2012 г. правительством Испании была инициирована политика «Марка Испания», нацеленная на создание современного геобренда страны. Созданная в разгар кризиса, она не обладала достаточными ресурсами для реализации полноценной стратегии продвижения, ограничившись несколькими конференциями в год. Политика строгой экономии обострила отношения Мадрида с автономными регионами, в частности с Каталонией, что привело к введению войск на территорию автономии и расформированию Женеалитат. По мнению зарубежных исследователей, «Марка Испания» использовалась для идеологической борьбы между Мадридом и Барселоной. Сторонники Пучдемона использовали *#MarcaEspana* с обвинениями в государственных репрессиях и дешевой пропаганде, тогда как правительство использовало хештег для публикаций о экономическом росте и занятых местах в международных рейтингах [8].

Экономический кризис, проблемы внутри страны и неудачный запуск геобренда «Марка Испания» отразились на позициях Испании на международной арене. В частности, англосаксонская пресса популяризировала уничижительный термин *PIGS* (*Portugal, Italy, Greece, Spain*), используемый до сих пор для обозначения ряда стран, испытывающих финансовые проблемы. Отсутствие централизованной информационной поли-

тики привело к тому, что 2016 г. Испания, будучи четвертой по величине экономической в еврозоне, заняла лишь 36 место в рейтинге стран-брендов<sup>1</sup>. Репутационные потери Королевства влияют и на ее позиции как лидера ибероамериканского сообщества, уступая позиции США, Китаю и России [7, р. 20]. Об этом свидетельствует отчет Королевского института Элькано, опубликованный в 2017 г., в котором указывается резкое снижение влияния Испании в странах Латинской Америки – «такое же, как и у Великобритании – 13,5%»<sup>2</sup>. Исторические метрополии (Испания и Португалия) начинают восприниматься лишь как посредник для выстраивания международных отношений с Европейским союзом.

В сложившейся ситуации становится очевидным, что будущий рост влияния Испании тесным образом связан с усилением и распространением испанофонии, которая за счет развитой системы государственных и неправительственных институтов может обеспечить достаточную информационную поддержку продвижению имиджа страны как современной развивающейся державы, двигающейся по пути научного и технического прогресса. Новое видение будущего Королевства как одной из мировых держав отразилось и на названии бренда, проект которого был запущен в 2018 г. – *Spain Global* – и его миссии: «мы сделаем акцент на том, чем сегодня является Испания, пытаюсь улучшить ее репутацию. Мы это делаем не для самолюбования, а потому что сегодня идет политическая борьба»<sup>3</sup>.

В пользу утверждения, что Мадрид понимает потенциал испанофонии как

инструмента для расширения своего внешнеполитического влияния, говорит тот факт, что одним из основных проектов *Spain Global* становится «Испанский, глобальный язык»<sup>4</sup>: государственная программа, направленная на повышение ценности и популярности испанского языка с целью превращения его в стратегический инструмент политики Испаноамерики. Представляет интерес оценка председателя правительства Мариано Рахоя на презентации данной программы: «Проект испанского языка и культуры представляет государственный интерес», поскольку язык является «элементом сплочения испаноязычного общества», «проводником знаний и бизнеса» не только в Латинской Америке, но и в США<sup>5</sup>. Неоднократное упоминание о роли испаноговорящего населения США свидетельствует о возможной попытке расширения влияния в Соединенных Штатах и закрепления на североамериканских рынках, где бренд *made in Spain* до сих пор не обладает устойчивой положительной репутацией<sup>6</sup>.

### Испанофония сегодня

Анализ интеллектуальной системы *MESIAS* указывает на то, что на сегодняшний день 55% испанских экспортеров подчеркивают происхождение своих товаров или услуг, используя доверие к бренду *made in Spain* для повышения продаж. Наибольшую лояльность они вызывают в Латинской Америке, в арабских странах, а также в России<sup>7</sup>.

С другой стороны, продолжается процесс региональной интеграции стран Латинской Америки и Карибского бассейна.

<sup>1</sup> См.: El fiasco de Marca España // el blog de Jose Manuel Velasco: Fabulas de comunicacion. URL: <http://www.fabulasdecomunicacion.es/2016/03/22/el-fiasco-de-marca-espana/> (дата обращения: 22.05.2019).

<sup>2</sup> См.: Índice Elcano de Presencia Global. – URL: <http://explora.globalpresence.realinstitutoelcano.org/es/country/iepg/global/ES/ES/2017> (дата обращения: 22.05.2019).

<sup>3</sup> España Global, la nueva marca del país para mejorar la reputación en el mundo (redacción) // La Vanguardia. 2018. 19 nov.

<sup>4</sup> Программу «Испанский, глобальный язык» как новую государственную стратегию презентовал в начале 2018 г. премьер-министр М. Рахой.

<sup>5</sup> Intervención del presidente del Gobierno en la presentación del proyecto “El Español, Lengua Global”, Madrid, 24 de enero de 2018 [edición Secretaría de Estado de comunicación, pp. 3].

<sup>6</sup> MESIAS: Un Sistema de Inteligencia para la Marca España (2016). 22 p.

<sup>7</sup> Там же.

В этих условиях многие международные институты, такие, как Межамериканский банк развития, предлагают объединить такие сферы деятельности, как интеллектуальная собственность и защита окружающей среды, что должно обеспечить дальнейшее объединение стран на основе роста влияния региона.

Исходя из вышесказанного и учитывая действия Испании на международной арене, можно выделить несколько направлений использования испанофонии как ресурса для продвижения внешнеполитических интересов.

1. Укрепление сотрудничества представителей испаноязычного мира на основе взаимопомощи и взаимопонимания. Данная стратегия предполагает координацию усилий с другими членами общности испанофонии. Дальнейшая совместная работа предполагает создание ибероамериканского интеллектуального центра, который должен придать новый импульс испанскому языку как языку современной науки и инновационных технологий.

2. Укрепление роли Испании как ядра ибероамериканского мира. Использование уже отработанной стратегии (17% студентов ЕС выбирают Испанию в качестве страны для обмена) для популяризации Ибероамериканской программы Эразмус приведет к усилению влияния Испании на страны Латинской Америки<sup>1</sup>, а также поможет обеспечить приток высококвалифицированных специалистов. Испании принадлежат одни из лучших бизнес-школ мира: *ESADE*, *IESE*, *EADA* и *ESIC*, выпускники которых возвращаются на руководящие должности в своих странах вместо того, чтобы создавать или развивать свой бизнес в Ибероамерике. Облегчение перемещения внутри региона, а также упрощение визового режима должны придать новый импульс развитию института ибероамериканского предпринимательства.

<sup>1</sup> См.: *El Español, una lengua viva*. Edición Instituto Servantes, 2010.

3. Упрочение влияния Испании на Североамериканском континенте. В 2018 г. испанский язык там изучали более 7 млн. чел., что составляет около 20% от всех обучающихся в образовательных учреждениях США, а к 2060 г. для каждого третьего американца испанский станет родным языком<sup>2</sup>.

4. Использование успехов на мировой арене для решения внутренних проблем страны. Объединение на основе единого языка и культуры, а также успехи внешней политики создадут благоприятную ситуацию для решения вопроса с Каталонией, а также с представителями других национальных сообществ, наглядно показав выгоду сохранения территориального единства.

## Выводы

Подводя итог, можно сделать вывод, что, наряду с возрастанием значимости лингвофонии в рамках глобальных политических объединений, растет и значимость лингво-политических движений в рамках внешней политики отдельных стран. Проведенный анализ показал, что возможности испанофонии не были до конца использованы из-за таких сдерживающих факторов, как мировой финансово-экономический кризис и связанные с ним внутренние проблемы, однако правительство Испании осознает потенциал своего языка и культуры в качестве ресурса «мягкой силы» для продвижения своих внешнеполитических интересов. Дальнейшее развитие испанофонии предполагает создание гармоничных отношений с латиноамериканским миром, основанных на равноправии и взаимопонимании. В то же время уникальная позиция Испании как моста между Европой и Америкой, а также большой политический и экономический вес позволят ей выступить в качестве представителя всего движения и стать центром, в котором сойдутся экономические, политические и

<sup>2</sup> Там же, p. 75.

интеллектуальные потоки всего региона.

Опыт Испании в построении собственного лингвополитического пространства может быть использован в процессе развития и укрепления других лингвополитических движений, в част-

ности, в русофонии в контексте активного развития идеи «Русского мира», а потому достоин дальнейшего более детального изучения.

Статья поступила в редакцию 21.08.2019

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Белозеров В. К., Копылова Д. А. Транснационализация СМИ как проблема международной и национальной безопасности // Вестник Академии военных наук. 2013. № 4 (45). С. 33–36.
2. Блинова Н. В. Язык как инструмент внешней политики государства (на примере испанского языка) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6: Философия, политология, социология, психология, право, международные отношения. 2007. № 2-1. С. 245–253.
3. Емельянов А. И. Взаимодействие Европы и Латинской Америки // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2018. Вып. 2 (800). С. 40–49.
4. Ковалевская Н. В. Лингвистическое измерение языковой политики: испанофония. Берлин: Golden Mile GmbH, 2013. 180 с.
5. Яковлев П. П. Испания в мировой политике. М.: ИЛА РАН, 2011. 384 с.
6. Яковлева Н. М., Яковлев П. П. Иберийские страны: экономический рывок и отношения с Россией // Латинская Америка. 2019. № 7. С. 107–122.
7. Bustamante E. Cultura y desarrollo: paradojas del espacio iberoamericano de cultura // Informe sobre el estado de la cultura en España 2018. España y el espacio cultural iberoamericano. Madrid, Fundación Alternativas, 2018. P.17–27.
8. Mocerri A. What's at Stake for Spain's Global Image in the Dispute Over Catalonia, 27.02.2019 [электронный ресурс] // World Politics Review. – URL: <https://www.worldpoliticsreview.com/articles/27523/what-s-at-stake-for-spain-s-global-image-in-the-dispute-over-catalonia> (дата обращения: 22.05.2019).
9. Papell A. Conversaciones con Luis Yañez. Barcelona: Plaza & Janés, 1991. 198 p.
10. Pozzo M. I., Fernández S. S. El fenómeno del español como lengua internacional. Reflexiones sobre el componente cultural en la enseñanza // Ensayo y error: revista de educación y ciencias sociales. 2012. № 42. P. 75–85.

#### REFERENCES

1. Belozеров V., Kopylova D. [Mass media transnationalization as a national and international security concern]. In: *Vestnik Akademii voennykh nauk* [Bulletin of the Academy of Military Sciences], 2013, no. 4 (45), pp. 33–36.
2. Blinova N. [Language as a tool of a country's foreign policy (on an example of the Spanish language)]. In: *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 6: Filosofiya, politologiya, sotsiologiya, psikhologiya, pravo, mezhdunarodnye otnosheniya* [Bulletin of St. Petersburg University. Series 6: Philosophy, Political Science, Sociology, Psychology, Law, International Relations], 2007, no. 2-1, pp. 245–253.
3. Emelianov A. [Interaction of Europe and Latin America on the basis of the European Union and MERCOSUR in the XXI century]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Obshchestvennye nauki* [Bulletin of Moscow State Linguistic University. Social Sciences], 2018, no. 2 (800), pp. 40–49.
4. Kovalevskaya N. *Lingvisticheskoe izmerenie yazykovoi politiki: ispanofoniya* [Linguistic Dimension of Global Politics: Hispanophone]. Berlin, Golden Mile GmbH Publ., 2013. 180 p.
5. Yakovlev P. *Ispaniya v mirovoi politike* [Spain in world politics]. Moscow, ILA RAN Publ., 2011. 384 p.
6. Yakovleva N., Yakovlev P. [Iberian countries: economic spurt and relations with Russia]. In: *Latinskaya Amerika* [Latin America], 2019, no. 7, pp. 107–122.
7. Bustamante E. [Culture and development: paradoxes of the Latin American culture space]. In: *Informe sobre el estado de la cultura en España 2018. España y el espacio cultural iberoamericano* [Report on the state of culture in Spain 2018. Spain and the Latin American cultural space]. Madrid, Fundación Alternativas Publ., 2018, pp. 17–27.

8. Mocerri A. What's at Stake for Spain's Global Image in the Dispute Over Catalonia, 27.02.2019. In: World Politics Review. – Available at: <https://www.worldpoliticsreview.com/articles/27523/what-s-at-stake-for-spain-s-global-image-in-the-dispute-over-catalonia> (accessed: 22.05.2019).
  9. Papell A. *Conversaciones con Luis Yañez* [Conversations with Luis Yañez]. Barcelona, Plaza & Janés Publ., 1991. 198 p.
  10. Pozzo M. I., Fernández S. S. [The phenomenon of Spanish as an international language. Reflections on the cultural component in teaching]. In: *Ensayo y error: revista de educación y ciencias sociales* [Trial and error: magazine of education and social sciences], 2012, no. 42, pp. 75–85.
- 

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Пупышева Мария Владимировна – соискатель кафедры политологии, старший преподаватель кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации в области медиатехнологий Московского государственного лингвистического университета;  
e-mail: pupysheva.maria@gmail.com

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Maria V. Pupysheva – postgraduate student of the Department of Political Science, senior lecturer at the Department of Linguistics and Professional Communication in the Sphere of Media Technologies, Moscow State Linguistic University;  
e-mail: pupysheva.maria@gmail.com

---

#### ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Пупышева М. В. Испанофония как ресурс внешней политики Испании // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2020. № 1. С. 206–213.  
DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-206-213

#### FOR CITATION

Pupysheva M. Hispanophony as a resource of Spanish foreign policy. In: *Bulletin of the Moscow Regional State University. Series: History and Political Sciences*, 2020, no. 1, pp. 206–213.  
DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-206-213