

тільки почала зароджуватися. Як наслідок, твори Панаса Мирного, видані за кордоном, у Російській імперії та Наддніпрянській Україні довгий час не друкували, його творчість була мало-відомою українському читачеві кінця XIX — початку XX ст., адже царська цензура не дозволяла письменникові-демократові розкривати читачеві всі суперечності пореформеної дійсності. Загалом, становище журналістики та літератури у східній і південній Україні наприкінці XIX ст. було вкрай незадовільним. В альманахах, літературних збірниках друкували переважно белетристику. Ані Валуєвський циркуляр, ані Емський указ її не забороняли, проте решту української періодики тодішнє законодавство фактично знищило. У той період творчим українським силам не вистачало преси, яка б виходила постійно, а та, що виходила, не могла бодай мінімально забезпечити потреби громадськості, а письменників і поетів [18, с. 4, 121].

Як зазначив С. Наріжний, "під пресою в теперішні часи розуміють майже виключно газети та періодичні часописи. Але історично з цим поняттям треба зв'язувати також і різні збірники й деякі інші публікації, що виходили ще за часів, коли справжньої преси в сьогоденньому розумінні не було, а її заступали різні "сурогати" — альманахи й подібні видання. На українських землях часописи в сучасному розумінні з'явилися лише в другій половині XVIII ст." [19]. Зародившись у Харкові, згодом альманахи активно виходили і в інших містах роз'єднаної України: Києві, Львові, Чернівцях, Чернігові, Одесі, Херсоні.

Особливо важливу роль українські збірники відіграли на початку XX ст. на півдні Російської імперії, засвідчивши бажання українських культурно-мистецьких кіл жити в одному руслі актуальних суспільних процесів, спонукавши письменників до пошуку нових мистецьких орієнтирів, що зрештою спричинило літературно-мистецьку дискусію 1901—1904 рр.

Наприкінці XIX ст. цензурна практика певною мірою послабшала [4, с. 112]. Цим скористалися О. Кониський і М. Старицький, які домогалися дозволу на випуск літературних альманахів "Луна" (1881) і "Рада" (1883—1884). Альманах "Рада" за редакцією М. Старицького, виріс "з того ж кореня, що й "Луна" за редакцією О. Кониського: редактор намагався організувати видання літературного журналу, але дозвіл вдалося отримати лише на альманах" [18, с. 76]. Панас Мирний був першим, хто підтримав ініціативу колег. Український альманах вийшов книжкою на 470 сторінок і містив багато цінного літературного матеріалу. І. Франко високо оцінив видання, назвав його вихід "першим весняним громом", а у статті "Южнорусская литература" зауважував: "Изданные Старицким в 1883—1884 годах два тома сборника "Рады" свидетельствовали о том, что украинская литература имеет недюжинный талант, умеющий глубоко и пристально заглядывать в жизнь и художественно воспроизводит..." [4, с. 123].

(Далі буде)

Надійшла до редакції 26 вересня 2024 року

ЗА РУБЕЖЕМ



УДК 655.423+655.54/.58]-048.67(460:100)(045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2024.10(339).47-52

Лариса Мильченко,
старша наукова співробітниця
відділу моніторингу засобів масової інформації
Книжкової палати України,
e-mail: svirel.34@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5905-077X>

Експорт книжкової продукції, міжнародні виставки, популяризація мови та літератури — чинники підвищення іміджу Королівства Іспанія на світовій арені*

Переклади, які стали однією з головних особливостей іспанського книжкового ринку, також є вагомим чинником міжнародного іміджу

цієї країни. Загальна кількість перекладених видань перевищила 25,8 тис. примірників. Звісно, не всі мови однаково популярні, зокрема

* Закінчення. Продовження див.: Вісник Книжкової палати. 2024. № 9. С. 47—52.
© Мильченко Л., 2024

англійською, іспанською та французькою перекладають найбільше. Водночас останніми роками набули поширення італійська та японська, що підвищило попит на мангу [8].

Попри те, що економічна криза вплинула на товарообіг книготоргівлі Іспанії, тенденція до зростання, що розпочалася у 2014 р., дає змогу видавничій галузі стабільно розвиватися, насамперед завдяки популярності електронних книг. І хоча іспанський читач продовжує віддавати перевагу друкованому формату, нині обіг електронних книг майже вдвічі перевищує показники минулого десятиліття. Зокрема, художня література у друкованому та електронному форматах приносить найбільший прибуток книгоіндустрії країни [8].

Імідж будь-якої держави свідчить про рівень розвитку її культури, економічну силу, могутність, добробут. Міжнародний імідж тісно пов'язаний з урядовими системами, які визначають рівень розвитку процесів, що сформувалися як результат становлення державності й скеровують розвиток культурних, політичних, економічних, соціальних, громадських та інших сфер. Саме іміджеві чинники впливають на те, яку репутацію матиме країна в міжнародному просторі та як її сприйматиме світова спільнота.

Іспанія постійно проводить роботу щодо популяризації та посилення свого іміджу в міжнародному просторі. Країна є не тільки потужним експортером книжкової продукції, а й постійним учасником щорічних *міжнародних книжкових ярмарків і фестивалів*. Представники іспанської книговидавничої галузі неодмінно беруть участь у роботі цих форумів, аби мати нагоду популяризувати свою культуру, невіддільною частиною якої є книжкова продукція.

Попри те, що сучасна комунікація здійснюється здебільшого цифровими каналами, фізична присутність на книжкових ярмарках надзвичайно важлива, оскільки їх головною місією є налагодження комунікацій, передусім на міжнародному рівні.

Основними видами діяльності на книжкових форумах є продаж авторських прав на публікації, прав на переклад іншими мовами, опублікованих книг, зокрема й для бібліотек, укладання контрактів на поліграфічні послуги чи переведення в аудіовізуальні формати, розповсюдження чи експорт видань.

Іспанія бере участь у міжнародних книжкових фестивалях, що відбуваються у країнах *ЄС* та *Європи* [42], як-от Лондонський міжнародний книжковий ярмарок, Паризький міжнародний книж-

ковий ярмарок, Празький міжнародний книжковий ярмарок та багато інших. Іспанія також є активним учасником книжкових ярмарків *Латинської Америки* [42] та *інших країн світу* (Міжнародний книжковий ярмарок BookExpo America, Токійський міжнародний книжковий ярмарок, Єрусалимський міжнародний книжковий ярмарок та інші).

Найважливіші міжнародні книжкові ярмарки, до яких іспанські видавці ставляться з особливою увагою, — LIBER (найбільша іспаномовна платформа в Європі для зустрічі професіоналів у галузі книгодрукування), Франкфуртський книжковий ярмарок, Міжнародний книжковий ярмарок у Гвадалахарі (Мексика), Болонський ярмарок дитячої книги, Лондонський книжковий ярмарок.

Щорічно відбуваються міжнародні книжкові ярмарки й на території *Іспанії* [42], зокрема: Міжнародний книжковий ярмарок BAST, Арагонський книжковий ярмарок, Мадридський книжковий ярмарок, Кордовський книжковий ярмарок та інші. Найважливішими вважають ярмарок Sant Jordi (Барселона) й Мадридський книжковий ярмарок. Популярними є книжкові форуми в Севільї, Валенсії, Вальядоліді та Толедо.

Упродовж багатьох років Іспанія бере участь у міжнародних книжкових ярмарках у статусі Почесного гостя, на яких має унікальні можливості репрезентувати світові свою культуру та літературу. Країна демонструє мистецькі проекти у співпраці з культурними установами, які базуються на фундаментальних принципах: мовна множинність, інновації та бібліографічне різноманіття. Наприклад, у 2021, 2022 рр. Іспанія стала Почесним гостем Франкфуртського міжнародного книжкового ярмарку, у 2023 р. — Калькутського міжнародного книжкового ярмарку.

В організації міжнародних заходів в Іспанії та інших країнах беруть участь агенція *Aacci Cultural Española* (AC/E) та Генеральний директорат книг (Міністерство культури та спорту) у співпраці з Міністерством закордонних справ, ЄС та співробітництва, Міністерством промисловості, торгівлі та туризму, Інститутом Сервантеса й Федерацією гільдій редакторів Іспанії.

Іспанські книжкові стенди пропонують книги різних жанрів — від художніх оповідань до нон-фікшну, поезії чи графічного роману, сучасних авторів і класиків іспанської літератури. Заходи об'єднують письменників, ілюстраторів, редакторів і перекладачів. Учасникам і відвідувачам пропонують широку та різноманітну літературну програму.

Найвищою державною установою, що реалізує культурні програми світового рівня та освітню політику Іспанії, є Міністерство закордонних справ, ЄС та співробітництва. За культурні зв'язки відповідає Управління з культурних і наукових зв'язків, представництва за рубежом і культурні центри, що стали самостійними суб'єктами зовнішньої політики Іспанії.

Популяризацією та поширенням у світі іспанської мови й літератури опікуються Інститут Сервантеса, Іспанське державне об'єднання "Культурна дія" (Spanish Cultural Action State Society), Генеральне управління політикою та культурною індустрією при Міністерстві культури (AECID), мережа культурних домів, які функціонують при Міністерстві закордонних справ, ЄС та співробітництва.

До структури Інституту Сервантеса входять головний офіс у Мадриді, понад 430 центрів та 86 представництв у 43 країнах, сфера поширення яких безпосередньо пов'язана з основними напрямками зовнішньої політики Іспанії. Найбільшу кількість центрів відкрито у Бразилії, яка відіграє важливу роль в інтеграційних процесах у Латинській Америці.

Директорка Інституту Сервантеса К. Каффарель наголошує, що його діяльність покликана не лише розвивати освітні напрями, а й відчиняти закордонні двері іспанським компаніям. К. Каффарель зазначає, що зі зростанням популярності Іспанії в міжнародному просторі зростатиме її вага й вплив і в різних галузях, а така нематеріальна цінність, як іспанська мова, стане послом держави у світі.

Варто приділити увагу діяльності у сфері популяризації іспанської мови та освіти, яку проводить Фонд "Кароліна". До нього входять державні органи, відомі політики та видатні діячі країни, комерційні структури. Поміж численних завдань Фонд підтримує програми підвищення кваліфікації викладачів з-за кордону на території Іспанії, організовує зустрічі з адміністраціями освітніх центрів, коледжів, університетів, науковців для налагодження професійних контактів. Співпраця у сфері освіти та викладання є доволі ефективною, оскільки після повернення фахівці освітніх центрів і закладів вищої освіти стимулюють інтерес до Іспанії серед своїх учнів та закріплюють у свідомості молоді позитивний імідж країни, що надалі дає результати і у сфері освіти та культури, і в політиці й економіці.

Значну роботу з підтримання іміджу Іспанії та популяризації її культури, мови та читання усередині країни здійснює уряд. Вивченню рідної

мови в Королівстві приділяють значну увагу: функціонують численні мовні курси, школи тощо. Водночас кращого й ефективнішого розуміння культури та мови можна досягти, лише живучи у країні-носії, тому оптимальною пропозицією для іноземців є спеціалізовані мовні школи в Мадриді та інших містах, які надають широкий спектр навчальних програм за різними напрямами та можливостями.

Навчання іспанської мови іноземців на території Королівства є одним із найважливіших складників культурної та освітньої політики, яка підпорядкована середньостроковій стратегічній меті розвитку держави та зміцненню її присутності у світі. Викладання іспанської мови розглядають не лише в контексті освітньої діяльності, а і як важливий елемент зовнішньої культурної політики, що має стратегічні цілі.

Важливим кроком у реалізації цього завдання стало рішення щодо популяризації якісного викладання іспанської мови з метою зробити його загальнодоступним. Для залучення якнайбільшої кількості людей у світі до вивчення іспанської мови її викладання було виведено за межі університетської освіти, що дало змогу не лише збільшити коло учнів, а й розширити вікові межі, запропонувавши навчання як дітям і студентам із різних країн, так і дорослим, які опановують мову для роботи, спілкування, подорожей чи еміграції, а також пенсіонерам.

Нині іспанську мову вивчають і у приватних лінгвістичних центрах. Гарантом якості навчання є Інститут Сервантеса, створений, як зазначалося, для поширення мови та культури Іспанії за кордоном, підтримання позитивного іміджу країни. Нині іспанську мову як іноземну за методикою Інституту Сервантеса в Іспанії викладають у понад 430 приватних лінгвістичних академіях. Завдяки взаємодії з центрами вивчення іспанської мови на території країни Інститут Сервантеса контролює дотримання стандартів якості викладання.

За кордоном установа виконує завдання поширення культури та мови через організацію культурних заходів, створення бібліотек і мовних центрів, що є одним із найефективніших інструментів реалізації стратегії культурної дипломатії в зовнішній політиці країни.

За даними офіційного щорічного звіту Інституту Сервантеса "Іспанська мова — жива мова", у 2023 р. іспанську вивчали понад 21 млн осіб у світі, що на 7 млн більше, ніж у 2021 р. Це не лише робота над позитивним іміджем країни, а й значний успіх у стратегії її економічного роз-

витку: від створення нових робочих місць у сотнях лінгвістичних академій до розширення міжнародних зв'язків, адже більшість молодих людей, які вивчають іспанську мову, продовжують навчання в місцевих університетах і пов'язують майбутню роботу з цим регіоном, що сприяє створенню нових міжнародних бізнес-проектів і суттєво позначається на іспанській економіці.

Отже, викладання іспанської мови в Королівстві є правильно обраною та успішно реалізованою стратегією розвитку не лише зовнішньої політики країни, а й освіти, соціального та економічного секторів.

Міжнародний імідж будь-якої держави складають різноманітні елементи: окремі з них відносно стабільні, наприклад, виклад історії в підручниках, а інші залежать від ситуації, як-от, зміст інформації, котру пропонують медіа.

Нині медіа стають основним агентом короткострокової модифікації міжнародного іміджу Іспанії. У відповідь на актуальність його постійного вдосконалення Королівський інститут Елькано моніторить присутність країни у світовій паперовій і цифровій пресі. Згідно зі звітом 2022 р., було проаналізовано медіаресурси 200 країн, опублікованих 24 мовами. Загалом зареєстровано 331,6 тис. статей, присвячених Іспанії, і цей показник вищий за 2021 р. (304 тис.) і 2020 р. (299,3 тис.) [43].

Висновки. Імідж країни впливає на її політичні й економічні можливості, міжнародний статус, а також на інші держави, слугує одним з ефективних інструментів успішної внутрішньої та зовнішньої політики. Імідж — це дієва стратегія розвитку та посилення конкурентоспроможності країни, що допомагає формувати її брендову ідентичність, тобто позитивну й упізнавану своєрідність.

За результатами проведеного дослідження сутності та значення іміджу Іспанії як потужного інструменту її репрезентації у світовому просторі зроблено висновок, що зовнішня політика іспанського уряду за останні десятиліття зазнала значної трансформації і нині спрямована на посилення місця та ролі держави в системі міжнародної комунікації.

Іспанія спромоглася збільшити вплив на світовій арені, використовуючи історичний зв'язок

із країнами Латинської Америки, потенціал культурних досягнень, авторитет і популярність іспанської мови. Офіційний Мадрид визнав, що головним активом зовнішньої політики Іспанії є культурно-мовний складник.

Використання цього дієвого іміджевого інструменту дало змогу державі посісти позицію лідера у відносинах із країнами латиноамериканського регіону. Популяризація мови, культурної спадщини та сучасних досягнень Іспанії сприяє зростанню експорту її книжкової продукції, упізнаваності глобальних брендів, допомагає реалізовувати нові стратегії зовнішньої політики.

Країна вибудовує комплексну систему інститутів, діяльність яких ґрунтується на просуванні мови та культури, популяризації іспанського способу життя у країнах Європи, Латинської Америки, Карибського басейну, Середземномор'я та у світі загалом.

Ефективний брендинг Іспанії в умовах конкуренції з потужними країнами, як-от США, Велика Британія, Німеччина, Франція, допомагає зміцнити її позицію поміж світових лідерів. У цьому контексті надзвичайно важливою є діяльність Королівського інституту Елькано як одного з головних інструментів міжкультурної співпраці Іспанії, що зробив найважливіший внесок у підвищення її іміджу.

Щороку розширюється тематична спрямованість міжнародних книжкових фестивалів, зростає кількість іспанських та іноземних учасників, що також сприяє закріпленню позитивного іміджу Іспанії у світі.

Як результат наведених заходів, позитивний імідж Іспанії у світі та посилення впливу її культури на глобальні соціально-економічні процеси, характер міждержавних відносин свідчать про ефективну стратегію зовнішньої політики країни.

Сучасна іспанська модель популяризації національної мови та культури на світовій арені доволі успішна. Досвід активної участі Іспанії в діяльності міжнародних організацій може бути корисним для наслідування в Україні, оскільки нашій державі бракує послідовних і переконливих кроків задля утвердження в сучасній світовій політиці.

Список бібліографічних посилань

1. Особливості внутрішньої та зовнішньої політики Іспанії в кінці XX — на початку XXI століття. URL: <https://politologia-rdgu.rv.ua/images/pan14/104.pdf>.
2. Зовнішня політика Іспанії на початку XXI століття. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk/sk793720.pdf>.
3. Основные направления внешней политики Испании: 1976—2004 гг. URL: <https://www.dissercat.com/content/osnovnye-napravleniya-vneshnei-politiki-ispanii>.

4. El español, una lengua con más de 599 millones de hablantes. URL: <https://www.inclusion.gob.es/web/cartaespana/-/el-espanol-una-lengua-con-mas-de-599-millones-de-hablantes#:~:text=que%20cifra%20en%20599.405.122,solo%20por%20detr%C3%A1s%20del%20hindi>.
5. Los ejes de la política exterior Española. URL: <https://www.lamoncloa.gob.es/espana/eh18-19/pexterior/Paginas/ejespolext.aspx>.
6. Marca España. URL: https://es.wikipedia.org/wiki/Marca_Espa%C3%B1a.
7. Plan Estratégico General 2012—2015. URL: <https://www.inap.es/plan-estrategico-general-2012—2015>.
8. Industria del libro en España — Datos estadísticos. URL: <https://es.statista.com/temas/3950/industria-del-libro-en-espana/#topicOverview>.
9. Principales empresas españolas de edición de libros según su facturación en 2021. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/622074/empresas-editoriales-lideres-segun-ingresos-en-espana/>.
10. Ingresos procedentes de las ventas de la editorial Planeta SA en España de 2012 a 2021. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/623050/ventas-de-la-editorial-planeta-sa-espana/>.
11. Evolución del valor de las ventas de la editorial Sanoma Educación SL en España de 2013 a 2021. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/623078/ventas-de-la-editorial-santillana-educacion-sl-espana/>.
12. Evolución del valor de las ventas de la editorial RBA Coleccionables SA de 2013 a 2019. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/643201/ventas-de-la-editorial-rba-coleccionables-sa/>.
13. ¿Cómo se distribuye el sector editorial en España? URL: <https://yerseyowen.com/2022/06/30/como-se-distribuye-el-sector-editorial-en-espana/>.
14. Evolución anual del valor de las exportaciones del sector del libro en España de 2000 a 2022. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/474114/valor-de-las-exportaciones-del-sector-del-libro-espana/>.
15. Valor de las exportaciones del sector de libro de España en 2021 y 2022, por zona geográfica. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/494406/exportacion-de-libros-valor-de-ventas-en-espana-por-continente/>.
16. Valor de las exportaciones del sector del libro de España al resto de Europa en 2019, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563273/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-europa-valor-por-materia/>.
17. Valor de las exportaciones de la industria del libro de España en 2022, por país importador. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/473906/principales-paises-importadores-de-libros-espanoles/>.
18. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Francia en 2019, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563287/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-francia-valor-por-materia/>.
19. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Alemania en 2019, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563049/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-alemania-valor-por-materia/>.
20. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Italia en 2018, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563563/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-italia-por-materia/>.
21. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Portugal en 2018, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563582/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-portugal-por-materia/>.
22. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Reino Unido en 2019, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563076/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-reino-unido-valor-por-materia/>.
23. Valor de las exportaciones del sector de libro de España en 2021 y 2022, por zona geográfica. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/494406/exportacion-de-libros-valor-de-ventas-en-espana-por-continente/>.
24. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Estados Unidos en 2022, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563270/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-estados-unidos-valor-por-materia/>.
25. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a México en 2019, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563382/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-mexico-valor-por-materia/>.
26. Número de libros de religión exportados desde España a países seleccionados de Latinoamérica en 2022. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/564603/libros-de-religion-exportados-de-espana-a-latinoamerica-por-pais/>.
27. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Guatemala en 2022, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563530/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-guatemala-por-materia/>.
28. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Ecuador en 2018, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563511/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-ecuador-por-materia/>.
29. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Perú en 2022, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563517/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-peru-por-materia/>.
30. Número de libros de religión exportados desde España a países seleccionados de Latinoamérica en 2022. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/564603/libros-de-religion-exportados-de-espana-a-latinoamerica-por-pais/>.
31. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Colombia en 2018, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563476/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-colombia-valor-por-materia/>.
32. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Brasil en 2018, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563435/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-brasil-valor-por-materia/>.
33. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Argentina en 2022, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563389/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-argentina-valor-por-materia/>.

34. Número de libros de religión exportados desde España a países seleccionados de Latinoamérica en 2022. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/564603/libros-de-religion-exportados-de-espana-a-latinoamerica-por-pais/>.
35. Valor de las exportaciones del sector del libro de España a Chile en 2018, por tipo de materia. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/563486/exportaciones-del-sector-del-libro-de-espana-a-chile-valor-por-materia/>.
36. Valor de los libros exportados por el sector del libro de España a África del Norte en 2018, por país de destino. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/644956/valor-de-los-libros-exportados-de-espana-a-africa-del-norte-por-pais/>.
37. Valor de los libros exportados por el sector del libro de España al África Subsahariana en 2018, por país de destino. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/644919/valor-de-los-libros-exportados-de-espana-al-africa-subsahariana-por-pais/>.
38. Valor de los libros exportados por el sector del libro de España a Asia en 2019, por país de destino. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/644979/valor-de-los-libros-exportados-de-espana-a-asia-por-pais/>.
39. Valor de los libros exportados por el sector del libro de España a Oceanía en 2018, por país de destino. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/644991/valor-de-los-libros-exportados-de-espana-a-oceania-por-pais/>.
40. Distribución porcentual del total de exportaciones del sector del libro en España en 2022, por tipo de product. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/562670/porcentaje-de-exportaciones-del-sector-editorial-de-espana-por-producto/>.
41. Evolución anual del valor de las exportaciones de libros dentro del sector gráfico de España entre 2006 y 2022. URL: <https://es.statista.com/estadisticas/562641/total-de-exportaciones-graficas-desde-espana/>.
42. Ferias Internacionales del Libro. URL: <https://camlibro.com.co/ferias-internacionales-del-libro/>.
43. La presencia de España en la prensa internacional durante 2022. URL: <https://www.realinstitutoelcano.org/documento-de-trabajo/la-presencia-de-espana-en-la-prensa-internacional-durante-2022/>.

Larysa Mylchenko,

*Senior Research of the Media Monitoring Department
of the Book Chamber of Ukraine*

Export of book products, international exhibitions, the popularization of language and literature is an example of improving the image of the Kingdom of Spain on the world stage

The article examines the factors that affect the image of Spain on the world stage, which allows the state to develop economically, conduct a powerful foreign policy and influence international processes.

As the main directions of this research, attention is focused on the export of book products of the Kingdom of Spain to the countries of the world, numerous international book fairs and events to popularize the Spanish language and culture in the world.

The article presents how a planned policy for learning the Spanish language is implemented in Spain, defines the role of various organizations in the preparation and implementation of events aimed at popularizing Spanish culture in the world. It is concluded that the Spanish model of spreading the national language and culture on the world stage is quite successful.

The experience of Spain's active participation in the work of international organizations can be useful for imitation in Ukraine, since our country lacks consistent and convincing steps to assert its own role and weight in modern world politics.

Keywords: *Spain; image of the country; international exhibitions; export of book products; popularization of the Spanish language and culture; hispanophony*

Надійшла до редакції 2 вересня 2024 року

До уваги передплатників!

З листопада 2024 р. угоду щодо передплати на друковану продукцію (літописи, "Вісник Книжкової палати", "Календар знаменних і пам'ятних дат") потрібно укладати безпосередньо з Книжковою палатою України, оскільки установа більше не співпрацює з "Укрпоштою". Звертайтеся у відділ підготовки та розповсюдження видань

тел. (044) 292-65-73

e-mail: vydannya59@gmail.com

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 21783-11683ПР від 31.12.2015.

Формат 60x84^{1/8}. Ум. друк. арк. 6,05. Тираж 61 пр. Зам. 57.

Журнал надруковано на обладнанні Книжкової палати України

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1954 від 24.09.2004.

До уваги читачів: електронний варіант журналу "Вісник Книжкової палати" ISSN 2076-9555 (онлайн-версія) розміщено на сайті Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського в розділі "Наукова періодика України":

http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VKP/index.html
