



Н. И. Царева

Экономический потенциал испанского языка: язык как источник капитала и рабочих мест

Царева Наталья Ивановна, доцент
Кафедры испанского языка МГИМО МИД России,
tsareva.n@bk.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию экономического потенциала испанского языка, на котором в современном мире говорят почти 500 млн человек. Растущую экономическую ценность испанского языка определяют два основных фактора: во-первых, процесс экономической, политической и культурной глобализации, а во-вторых, развитие общества информации и его основного атрибута — Интернета.

Ключевые слова: испанский язык, глобализация, экономический потенциал, Интернет, языковой туризм.

Natalia Tsareva

Economic potential of the Spanish language: language as a source of capital and jobs

Abstract. The article is devoted to the study of the economic potential of the Spanish language, language that speak 500 million people in the modern world. The growing economic value of the Spanish language is determined by two main factors: first, the process of economic, political and cultural globalization, and second, the development of the information society and its main attribute - the Internet.

Keywords: Spanish language, globalization, economic potential, Internet, language tourism.

«Величайшее богатство народа — его язык! Тысячелетиями накапливаются и вечно живут в слове несметные сокровища человеческой мысли и опыта» [1]. Так размышлял о языке русский писатель, лауреат Нобелевской премии Михаил Шолохов. Говоря о богатстве языка, Шолохов конечно же имел в виду богатство культурное, духовное. И тем не менее, язык имеет и чисто экономическую, материальную ценность. Это относится к любому языку, в том числе к испанскому.

Вот уже 1000 лет испанский язык развивается и расширяет границы. Он второй в мире по числу говорящих (500 млн) после китайского, второй после английского в сфере бизнеса и третий по объему использования в Интернете после английского и китайского. Огромное количество людей хочет изучать испанский язык: 20 млн в мире [2, с. 15–16]. Испания занимает восьмое место в мире по так называемому «мягкому присутствию» (*presencia blanda*).

Два основных фактора определяют растущую экономическую ценность испанского языка. Первый — это процесс экономической, политической и культурной глобализации. Экономическая глобализация подразумевает отмену административных границ для свободного перемещения товаров и людей.

Политическая глобализация проявляется в институционализации международных политических структур: современные государства делегируют все больше полномочий международным организациям, таким как ООН, ВТО, Европейский союз. В то же время за счет сокращения государственного вмешательства в экономику увеличивается политическое влияние предприятий, особенно крупных транснациональных корпораций.

Культурная глобализация отражает сближение деловой и потребительской культур между разными странами. С одной стороны, это способствует популяризации определенных видов национальной культуры в мире, а с другой стороны некоторые международные культурные явления вытесняют национальные. Культурная глобализация отражает все более растущий спрос на продукцию с высоким содержанием языкового компонента, такую как аудиовизуальная, издательская, дискографическая.

Вторым фактором увеличения экономической ценности испанского языка является развитие общества информации и его основного атрибута — Интернета.

Экономическая ценность языка создается в результате различных форм его функционирования. Так сам язык может быть объектом торговли. Это предполагает различного рода языковые услуги, преподавание испанского языка как иностранного, разработка и издание дидактических материалов. С каждым годом растет число людей, желающих изучать испанский язык. По данным Института Сервантеса 20 млн человек мире изучают испанский язык в качестве иностранного. В России испанский язык находится на втором месте по количеству изучающих, обогнав традиционные немецкий и французский и уступая только английскому языку. По некоторым данным в нашей стране его изучают 100 тыс. человек.

В экономике преподавания испанского языка значительную роль играют государственные программы, направленные на продвижение испанского языка и повышение качества его преподавания. Так фантастический импульс получило преподавание испанского языка в Бразилии. Число изучающих испанский язык увеличилось в пять раз после того, как он был включен в качестве обязательного в программу среднего образования. Согласно оценкам правительства Бразилии, менее чем через 10 лет страна будет насчитывать 30 млн человек, которые будут владеть испанским языком. В Испании в 1991 г. по решению испанского парламента был создан Институт Сервантеса, целью которого является способствовать распространению, изучению и использованию испанского языка в мире, а также способствовать распространению культуры Испании за пределами страны. Институт Сервантеса организует экзамены для получения Диплома по испанскому языку как иностранному (DELE), открывает курсы испанского языка, а также курсы для подготовки преподавателей испанского языка. Институт Сервантеса имеет 77 центров на пяти континентах. На 15 000 курсах Института Сервантеса учат испанский язык более 130 000 учеников каждый год.

Диплом по испанскому языку как иностранному — это документ, официально подтверждающий уровень компетенции и владения испанским языком. Он выдается Министерством образования, культуры и спорта Испании. Получить DELE можно в 110 странах. Как утверждает академический директор Института Сервантеса Хулио Мартинес Месанса, с 2002 г., когда Институт получил полномочия на выдачу DELE, уже 600 000 человек прошли через этот экзамен по языку. «Итальянцы и бразильцы больше всех учат испанский, и вот уже четыре года греки находятся на самом вершине списка. Но кризис затронул и эту сферу и поэтому их участие в экзаменах снизилось» [3].

Чтобы увеличить количество изучающих испанский язык как иностранный, требуется постоянное напряжение усилий как со стороны Испании, так и со стороны других испаноязычных стран. Было бы полезно, например, унифицировать в масштабе всей Иberoамерики свидетельства о владении испанским языком как иностранным (по образцу кембриджского экзамена, TOEFL, или Французского института).

В последнее время некоторые организации по обучению испанскому языку как иностранному, например, курсы для иностранцев в университетах Алкала или Саламанка, вынуждены были осуществить значительные перемены в области программ, которые они предлагают учащимся. Один из представителей университета Саламанки утверждает: «сегодня помимо базовых курсов нам приходится предлагать специализированные, например, бразильским врачам, студентам, изучающим технические дисциплины, китайским футболистам, которые понимают, какие преимущества предоставляет им знание испанского языка» [4].

Для того чтобы сектор преподавания испанского языка успешно развивался, создавал рабочие места и добавочную стоимость, необходимо обеспечить его высокопрофессиональными,

специально подготовленными для преподавания испанского языка как иностранного специалистами с соответствующим их уровню вознаграждением.

С сектором преподавания испанского языка как иностранного тесно связан сектор языкового туризма. Языковой туризм — это форма культурного туризма. Он делает привлекательным и более мотивированным изучение и совершенствование языка. Число людей, изучающих испанский язык как иностранный быстро растет, в связи с чем языковой туризм приобретает все большее значение. В 2012 г. Испанию посетило 940 494 туриста с целью изучения языка. Языковой туризм оказывает положительное влияние на экономику принимающей стороны, поскольку помимо обучения предполагает посещение достопримечательностей, различных культурных мероприятий, потребление других видов культурной продукции. Языковой турист, кроме того, прекрасный пропагандист всего лучшего той страны, где он побывал. Согласно документу, разработанному *Marca España*, средний расход языкового туриста превышает 2 000 евро за время пребывания, все вместе они оставляют в Испании более 2 млрд евро в год. Президент Федерации школ испанского языка как иностранного (*Fedele*) Мари Кармен Тимор утверждает, что только школы *Fedele* приняли в 2014 г. 90 000 учащихся, что на 8,5 % больше, чем в 2013 г. К этой цифре надо прибавить тех, кто приезжает в другие школы, центры, университеты. Большинство языковых туристов получают огромное удовлетворение от учебы и испытывают желание повторить поездку. Все это превращает Испанию в мирового лидера на рынке преподавания испанского языка как иностранного.

Согласно данным Института Сервантеса в Мексику приезжают примерно 35 000 учащихся, а в Аргентину, по данным Ассоциации языковых центров этой страны, — 50 000 человек. Тимор говорит, что, когда языковые туристы приезжают в Испанию, они наслаждаются культурой, устанавливают связи с семьями, в которых живут, и тратят намного больше, чем обычный турист на отдыхе [5]. Марсело Гарсия, президент Ассоциации Центров Языка Аргентины подтверждает, что языковые туристы «начинают с языка, но потом их покоряет танго, хамон, музыка, литература... Это люди, которые гораздо больше вовлечены в местное сообщество, чем другие туристы» [6].

Говоря о проблемах языкового туризма, необходимо отметить недостаточную разработку национальной стратегии по привлечению языковых туристов. Такая стратегия разрабатывается в настоящее время на местном или региональном уровне. Эдуардо Санчес, директор по анализу Института Сервантеса, считает, что такая стратегия должна разрабатываться на государственном уровне. «На днях я разговаривал с китайскими коллегами, которые мне рассказали о своих грандиозных планах по предоставлению возможностей изучать испанский язык своим гражданам. Боюсь, что мы не сумеем обеспечить соответствующую поддержку этим проектам» [7]. Существует две латиноамериканские страны, правительства которых уделяют большое внимание этому виду туризма. Колумбия в 2013 г. ввела программу *Spanish in Colombia*, которую курируют Министерство иностранных дел и Министерство образования. В Уругвае также существует подобная программа *Descubrí Montevideo*. Помимо материальных доходов, которые приносит сектор языкового туризма, «туристы, которые приезжают в испаноязычные страны, чтобы учить язык, становятся отличными пропагандистами испанского языка», утверждает Мари Кармен Тимор [8].

Сектор культурной продукции составляет важную часть испанской экономики. Согласно данным Института Сервантеса стоимость культурной продукции оценивается приблизительно в 29 609 млн евро, что составляет 2,74 % ВВП Испании. В 2011 г. в секторе культурной продукции было занято 188 700 человек, а число предприятий, связанных с данным сектором, составляет 103 320.

Как в Испании, так и в Иberoамерике производство издательской продукции — главный компонент сектора культурной продукции. Испания производит столько издательской продукции в год, сколько все иberoамериканские страны вместе. Издательский сектор Испании занимает четвертое место в мире после США, Великобритании и Германии. Испанские издательские предприятия имеют 162 филиала в 28 странах. Каждый год издается 90 000 наименований и 300 млн книг со средним тиражом 4 328 экземпляров. Книжная продукция составляет 1 % экспорта страны. Основные направления экспорта издательской продукции — Европейский Союз и Иberoамерика. 30% издательской продукции распространяется за пределами страны.

Рост стоимости сектора издательской продукции отражается не только на рынке книжной продукции испаноязычных стран, но и на увеличении количества переводов испаноязычных авторов на другие языки. Вот как характеризует значение переводческой деятельности Алва-

ро Саламанка, представитель Seprotec, одной из крупнейших компаний, оказывающих услуги в области перевода тысячам различных организаций по всему миру. «Экономическая ценность испанского языка непосредственно связана с индустрией перевода. Литературный перевод, например, стал источником капитала и рабочих мест в годы кризиса, а общий и технический перевод сыграл важнейшую роль в интернационализации компаний» [9].

Процент переводной продукции в Испании самый высокий в мире: 23,3 % в сравнении с США (2 %) и Великобританией (3 %). Одно из четырех наименований печатной продукции переводное. Переводы осуществляются на 50 языках. Лу Хингшенг, президент Ассоциации испанистов Азии, утверждает: «рынок очень широк, поэтому значительная часть нашего населения изучает испанский язык, и государство способствует расширению перевода литературных и философских произведений китайских авторов на испанский язык. Существует более 20 вариантов Дон Кихота. Кроме того, вот уже несколько лет крупные испанские авторы переводятся на китайский язык. В прошлом году, например, закончили публикацию полного собрания сочинений аргентинского писателя Хорхе Луиса Борхеса» [10].

В настоящее время составной частью перевода являются технические средства. По словам Паломы Валенсиано, генерального директора Traducción Políglota, «технические средства — это инструмент, который помогает и улучшает работу переводчиков, но, конечно же, эта работа не мыслится без соответствующих лингвистических и культурных компетенций» [11].

По мнению Мигеля Саенса, переводчика и члена Испанской королевской академии, «переводчик не должен быть чересчур заметен. Переводчик — это комедиант. Он играет Чехова и должен заставить читателя поверить, что с ним говорит Чехов» [12].

Карлос Фортеа, президент ACE Traductores, полагает, что издательства могли бы писать на обложках своих книг имя переводчика. Он также считает, что переводчик нуждается в справедливом материальном признании. В настоящее время переводчик вынужден браться за множество заказов, чтобы поддержать себя материально.

Музыка, кино и телевидение также являются отраслями культурной продукции. В середине 1990-х гг. знаменитая Макарена вошла в топ пятерку в США. С тех пор музыкальные произведения на испанском языке продолжают завоевывать музыкальный рынок, особенно после создания в 2000 г. Премии Грэмми Латинос. Очень трудно измерить влияние «испаноязычной музыки» в мире. Но многие музыканты, такие как Селия Круз, Рубен Бладес, Хуанес, Рики Мартин, Шакира, Алехандро Санс, стали такими же звездами, как Бейонсе и Мадонна.

Среди исполнителей на испанском языке самое большое количество дисков продает Хулио Иглесиас (260 млн), затем идет Роберто Карлос (100 млн), Сантана (80 млн), Рафаэль (72 млн). Помимо успеха в Испании и Латинской Америки все они сумели стать знаменитыми в мире.

Испания входит в десятку лучших производителей кинопродукции в мире. 2014 г. вошел в историю испанского кино. Кассовые сборы достигли наивысшего уровня — 123 млн евро. Квота испанского кино на рынке составила 25,5 %. Почти 21 млн зрителей выбрали испанские фильмы. В настоящее время целью испанской кинопромышленности является выход на рынок Испаноамерики. Несмотря на общность языка не возникло широкого обмена кинопродукцией между испаноязычными странами по самым разным причинам. Одна из них — это контроль латиноамериканского рынка со стороны самых могущественных студий Голливуда.

За последние годы значительно повысилось качество художественной кинопродукции на испанском телевидении. Многие страны проявляют интерес к испанским сериалам. Но существуют некоторые особенности, которые затрудняют экспорт испанских сериалов, например, продолжительность 70 минут является одной из проблем. Однако на MIP TV в Каннах, главном международном рынке телевизионной продукции, такие испанские сериалы как «Под подозрением», «Министерство времени» и «Бешенство» были отобраны как перспективные для продажи на международном рынке.

В США наблюдается увеличение присутствия испанского языка на телевидении. Среди испаноязычных каналов первое место занимает Univisión. Этот канал каждый вечер смотрят 93 % испаноязычных семей, в среднем 1,8 млн телезрителей. В то время как англоязычные каналы испытывают значительное снижение доходов от рекламы, испаноязычные каналы — единственные, у кого эти доходы растут. Существуют две причины такого роста. Первая — это увеличение испаноязычного населения США, которое согласно данным Института Сервантеса составляет более 52 млн человек. Более 75 % испаноязычных семей используют испанский язык для общения. Вторая причина — это рост покупательной способности испаноязычного населения. Испаноязычное сообщество США занимает 14 место в мире по покупательной способности. По-

купательная способность этой группы населения удваивается каждое десятилетие. Кроме того, этот показатель растет гораздо быстрее, чем у других сообществ, таких как афроамериканское, коренное американское или азиатское.

Испанский язык занимает третье место по числу пользователей в Интернете: 7,8 % из 2 405 млн пользователей Интернета общаются на испанском языке. Только английский и китайский опережают испанский язык, который между 2000 и 2011 гг. увеличил свое присутствие в Интернете на 807,4 %. Это увеличение произошло, в первую очередь, благодаря присоединению латиноамериканских пользователей. Эти данные впечатляют, но как предупреждает Ирис Кордоба, представитель Plataforma del Español, еще рано праздновать победу: в Википедии больше запросов на шведском, чем на испанском. За тот же период с 2000 по 2011 гг., например, арабский язык увеличил свое присутствие в Интернете на 2400 %.

Испаноязычный рынок в Интернете еще недостаточно развит. Среди компаний, наиболее заинтересованных в развитии этого сектора, находятся компании по торговле онлайн, в том числе имеющие отношение к культурной продукции и средствам коммуникации. Для того чтобы эти компании успешно функционировали, необходимо создавать содержание — контент — на испанском языке, адаптировать уже существующее к испанскому языку, а также увеличивать число пользователей, которые владеют испанским языком.

Франсиско Хавьер Антон из Fundación Big Data отмечает, что все больше компаний из испаноязычных стран обращаются в его учреждение с целью научиться анализировать данные и тенденции, на основе которых затем принимают свои решения. «Данные — это информация и знание, которые позволяют действовать. В Иberoамерике с каждым днем растет число пользователей. Мы изучаем их мнения и предпочтения и таким образом помогаем им в выработке коммерческих стратегий» [13].

Распространение Интернета не одинаково в различных странах. В Аргентине оно составляет 66,4 %, а в Никарагуа только 13 %. Среднее распространение Интернета в Иberoамерике составляет 42,9 % по сравнению с 73 % в Европейском Союзе и 67,2 % в Испании. Чтобы преодолеть этот барьер, необходимы значительные инвестиции в инфраструктуру, а также разработка государственных программ. Однако хотя испаноязычный рынок в Интернете недостаточно развит, именно поэтому у него огромные возможности роста. В своей статье «Испанский язык сегодня и завтра» Г. С. Романова, профессор кафедры испанского языка МГИМО, пишет: «Испанский — один из немногих языков в мире, которые «растут» не только в количественном, но и в качественном плане, развивая свои механизмы таким образом, чтобы приспособиться для делового, научного и, в частности, информационного общения. Лингвисты полагают, что основные лингвистические баталии будущего будут развиваться в Интернете.» [14]. Испанскому языку таким образом предстоит тяжелая борьба за технологическое выживание.

На пути своего развития испанский язык вынужден преодолевать много трудностей. Одним из последних примеров подобного рода препятствий является распоряжение Администрации пришедшего недавно к власти президента США Дональда Трампа закрыть испанскую версию сайта Белого дома. Кроме того, в Администрации Трампа не предусматривается должность пресс-секретаря для общения с испаноязычными СМИ. Однако несмотря на трудности испанский язык всей своей историей доказывает свою жизнеспособность, а также способность создавать ценности как духовные, так и материальные.

Литература / References

1. [Электронный ресурс]. — URL: profilib.com/chtenie/28034/mikhail-sholokhov-ocherki-feletony-statii-vystupleniya-44.php (Дата обращения: 09.01.2017).
2. Романова Г. С., Иовенко В. А., Ларионова М. В. Испанский язык для международников. Уровни B2—C1. — М.: МГИМО-Университет, 2013.
3. [Электронный ресурс]. — URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/24/actualidad/143005683...> (Дата обращения: 12.01.2017).
4. [Электронный ресурс]. — URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/02/19/actualidad/142437596...> (Дата обращения: 15.01.2017).
5. [Электронный ресурс]. — URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/24/actualidad/142989019...> (Дата обращения: 14.01.2017).

6. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/24/actualidad/142989019...> > (Дата обращения: 14.01.2017).
7. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/24/actualidad/142989019...> > (Дата обращения: 14.01.2017).
8. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/24/actualidad/142989019...> > (Дата обращения: 14.01.2017).
9. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/23/actualidad/142980610...> > (Дата обращения: 16.01.2017).
10. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/24/actualidad/143005683...> > (Дата обращения: 19.01.2017).
11. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/23/actualidad/142980610...> > (Дата обращения: 25.01.2017).
12. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/23/actualidad/142980610...> > (Дата обращения: 25.01.2017).
13. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/24/actualidad/143005683...> > (Дата обращения: 19.01.2017).
14. *Романова Г. С.* Испанский язык сегодня и завтра / *Г. С. Романова* // Мировая история и мировая культура на пороге XXI века. URL: <http://www.polit.spb.ru/art.php3?rub=118&id=10431> (Дата обращения: 12.03.2003).