

RU

## Роль идиоматического туризма в Испании в реализации стратегии внешней политики государства

Химич Г. А., Курылев К. П., Филимонова К. Н.

**Аннотация.** В последние десятилетия путешествия в другие страны для изучения или совершенствования иностранного языка стали мировой тенденцией. В XXI веке вырос спрос на языковой туризм, который со временем стал одним из основных направлений культурной политики. Цель нашего исследования: на примере Испании рассмотреть потенциальные возможности идиоматического туризма и определить факторы, делающие целесообразным его распространение. Научная новизна: на сегодняшний день почти нет исследований в данной сфере. Полученные результаты: изучены история и современное состояние идиоматического туризма в Испании, определены его особенности и выявлены основные преимущества.

EN

## Role of Idiomatic Tourism in Spain in Implementation of the State's Foreign Policy Strategy

Khimich G. A., Kurylev K. P., Filimonova K. N.

**Abstract.** Traveling to other countries to study or improve foreign language skills has become a global trend in recent decades. In the XXI century, demand for language tourism has grown, which has become one of the main areas of cultural policy over time. The purpose of the research is to consider idiomatic tourism capabilities using the example of Spain and to determine the factors that make it advisable to promote it. Scientific novelty lies in the fact that there are almost no studies in this field to date. The research findings are as follows: history and the current state of idiomatic tourism in Spain are studied, its features are determined and the main advantages are identified.

### Введение

В XXI веке культура, образование и язык приобретают новое значение в геополитике как факторы, способствующие расширению сферы влияния государства на мировой арене и укреплению его положительного имиджа и, как следствие, получают новый импульс развития. В данной статье мы рассмотрим на примере внешней политики Испании развитие одного из интереснейших экономических, внешнеполитических, образовательных и культурных явлений нашего времени – идиоматического туризма.

Идиоматический туризм можно определить как деятельность, целью которой является изучение языка и культуры за пределами постоянного места жительства с использованием ресурсов страны посещения.

В данной статье на примере Испании изучены потенциальные возможности идиоматического туризма. По мнению авторов, результаты нашего исследования имеют практическую значимость и могут быть использованы для внедрения практики идиоматического туризма как в нашей стране, так и за рубежом.

Актуальность темы исследования определяется недостаточным изучением явления идиоматического туризма в отечественной науке, в то время как, с нашей точки зрения, оно таит в себе огромный как экономический, так и внешнеполитический потенциал со среднесрочным и долгосрочным вектором развития, давая для страны прекрасные результаты при небольших инвестициях.

Теоретическая база. В Испании языковой туризм начал изучаться с 2000 годов, но получил относительно скудное освещение в научной литературе. Все испанские исследования, посвященные данной теме, можно разделить на две группы. Первая рассматривает идиоматический туризм как подотрасль культурного туризма (А. Р. Дель-Агила, П. Таобада-де-Зунига, А. М. Кампон и Х. М. Эрнандес) [5; 11; 26]. Исследователи второй группы относят идиоматический туризм к подвиду образовательного туризма (М. Барало, И. Пьедрола и К. Артачо), так как основной целью туриста является изучение и совершенствование иностранного языка [4; 22].

В связи с этим мы считаем своевременным рассмотреть в отечественной науке вопрос о сущности и перспективах идиоматического туризма на примере Испании.

Мы ставим следующие задачи исследования:

1. Определить факторы, делающие целесообразным распространение идиоматического туризма в Испании.
2. Обозначить особенности идиоматического туризма, рассмотреть историю и современное состояние идиоматического туризма в Испании.
3. Изучить роль идиоматического туризма в реализации стратегии внешней политики государства.
4. Выявить, чего можно добиться для страны при правильном внедрении и использовании идиоматического туризма.

Методы исследования, применявшиеся в нашей работе: наблюдение, сравнение, анализ (информационный анализ документов и терминологический анализ), метод экспертных оценок (косвенная экспертиза).

### **Факторы, обусловившие распространение идиоматического туризма в Испании**

В настоящее время появляются новые стратегии развития, объединяющие в себе как внешнеполитические, так и внутренние задачи государства: развитие общества, экономики, культуры. Для создания позитивного образа государства на мировой арене Испания умело использует свой потенциал «мягкой силы».

В современной внешней политике Испании культура и язык играют стратегическую роль. Данный факт обусловлен богатым культурным наследием страны, а также распространенностью испанского языка, занимающего второе место в мире по числу говорящих. Немалое число объектов Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, интереснейшая история, включающая кельт-иберийский и римский периоды, арабское нашествие и многовековая Реконкиста, завоевание и колонизация Нового Света, попытка объединить все христианские страны Европы в Империи Карла V, правление двух величайших в Европе династий Габсбургов и Бурбонов, многовековая культура, охватившая все стили эпох архитектура – все это испанцы использовали как мощный ресурс внешней политики страны.

Можно выделить основные составляющие культурной политики Испании, обусловившие создание нового симбиотического направления, получившего название «идиоматический туризм»:

- распространенность испанского языка в мире и его популярность;
- богатейшая история страны;
- значительный вклад в мировую культуру;
- развитие туризма;
- толерантная среда, сформировавшаяся в условиях исторического сосуществования на этой территории различных культур и религий.

### **Идиоматический туризм в Испании. ЮНВТО и разновидности туризма. Структура курсов и особенности программ идиоматического туризма**

Хотя туристическая деятельность в Испании в сознании обывателя обычно отождествляется с пляжным отдыхом, страна уже несколько десятилетий активно продвигает другие виды туризма, среди которых важное место занимает языковой, или идиоматический туризм. По мнению Р. Тамамес, языки стали «сырьем» огромной индустрии с высокой рентабельностью и стратегической ценностью, чему способствует экспоненциальный рост взаимодействия в глобализированном мире [27].

Языковой туризм не зародился в Испании: такие страны, как Великобритания, Франция и Германия уже давно включили его в свои маркетинговые планы по развитию [22].

В сфере туризма главным международным регулятором является Всемирная туристская организация – ЮНВТО, созданная в 1975 году. Согласно определению ЮНВТО, туризм – «это социальное, культурное и экономическое явление, которое включает перемещение людей в страны или места за пределами их обычного места жительства по личным, профессиональным или деловым причинам» [17].

В зависимости от целей путешествия выделяются следующие основные, традиционные виды туризма: культурный, городской, гастрономический, его разновидность – этнотуризм, изучение традиций виноделия региона. Основной целью образовательного туризма является изучение какой-либо отрасли знаний и интеллектуальный рост. Образовательный туризм представляет собой огромный выбор продуктов и услуг, связанных с академическим образованием, каникулы для усовершенствования навыков и прохождения практик, спортивные тренировки, курсы по повышению квалификации. В последние десятилетия с развитием глобализации, скорости и простоты перемещения стали активно распространяться и другие, относительно новые для въездного, виды туризма. Среди них: сельский, рекреационный, бальнеологический, лечебно-оздоровительный, приключенческий, спортивный и горный туризм, а также деловой туризм, во время которого турист участвует в собраниях, переговорах, конференциях, конгрессах, связанных с его профессиональной деятельностью, посещает предприятия другой страны [30].

Данная классификация достаточно условная, так как при путешествии турист обычно не ограничивается одним видом деятельности. Кроме того, на границе разных видов туризма появляются новые, в том числе **идиоматический туризм**, который включает в себя элементы образовательного, культурного, городского, гастрономического, иногда приключенческого и даже энологического.

ЮНВТО не даёт определения понятию «идиоматический туризм». Согласно Эрику Коэну, языковой туризм – «это форма образовательного туризма, основной целью которого является изучение языка. Он включает в себя посещение языковых курсов, а также знакомство с различными проявлениями культуры, существующими в посещаемом обществе» [8, p. 533].

Важным является то, что в отличие от образовательного туризма, идиоматический туризм предлагает «пакет» услуг, включающий в себя проживание в языковой среде, питание с элементами познания традиционной кухни и обучения языку, культурные и развлекательные, по запросу – спортивные, мероприятия, также ориентированные на вхождение в культуру, коммуникацию с носителями языка в неформальной обстановке и многое другое.

Центром организации программ языкового туризма являются лингвистические академии. По желанию заказчика они предоставляют и другие услуги, например, трансфер из аэропорта и в аэропорт, практики в фирмах для студентов вузов, подготовка к экзаменам для поступления в университеты и проведение внеучебных мероприятий (экскурсии, концерты, посещение предприятий и т.д.), заимствованные ими из других видов туризма.

Центры по изучению испанского языка как иностранного предлагают туристам курсы для различных типов обучающихся в течение всего года. Данные курсы включают:

- интенсивные курсы испанского языка от 15 до 30 часов в неделю;
- полунинтенсивные курсы испанского языка от 5 до 15 часов в неделю;
- долгосрочные интенсивные курсы испанского (не менее 5 часов в неделю);
- занятия испанским языком с изучением культуры, практикой разговорной речи, занятиями спортом, фламенко и т.д.;
- испанский для профессиональных целей (бизнес, туризм, юриспруденция и др.);
- подготовительный курс для сдачи сертификационного экзамена на получение дипломов по испанскому языку (DELE);
- курсы для групп и индивидуальные занятия;
- подготовка и повышение квалификации преподавателей испанского языка как иностранного [16].

Так, например, лингвистическая академия “InHispania” [18], расположенная в Мадриде, предлагает разнообразные курсы испанского языка, разделённые на шесть уровней в соответствии с Общеευропейскими компетенциями владениями иностранным языком от A1 до C1. Среди данных курсов:

- интенсивные курсы испанского языка (20 или 30 часов в неделю);
- длительный интенсивный курс испанского языка (от 12 недель);
- интенсивный курс испанской культуры (5 уроков в неделю);
- летние курсы испанского языка (20 или 30 часов в неделю);
- вечерний курс испанского языка (4 часа 2 раза в неделю);
- курсы по подготовке к экзамену DELE;
- индивидуальные занятия.

Также школа организует внеучебные мероприятия, которые позволяют студентам познакомиться с объектами культурного наследия Мадрида, среди которых Музей Прадо и Центр искусств Королевы Софии, а также соседних городов, например, Толедо, Сеговии, Авилы.

Интересным примером является первая школа испанского языка в городе Гранада (Андалусия) “Escuela Carmen de las Cuevas” [15], основанная в 1984 г., которая помимо стандартных курсов испанского языка предоставляет профессиональные занятия фламенко. Также каждую неделю проводятся культурные мероприятия: экскурсии по достопримечательностям, таким как Альгамбра, Альбайсин или Сакромонте, походы в кино, театр, экскурсии по выходным, например, в Кордобу, Севилью, Альпухарры или Марокко.

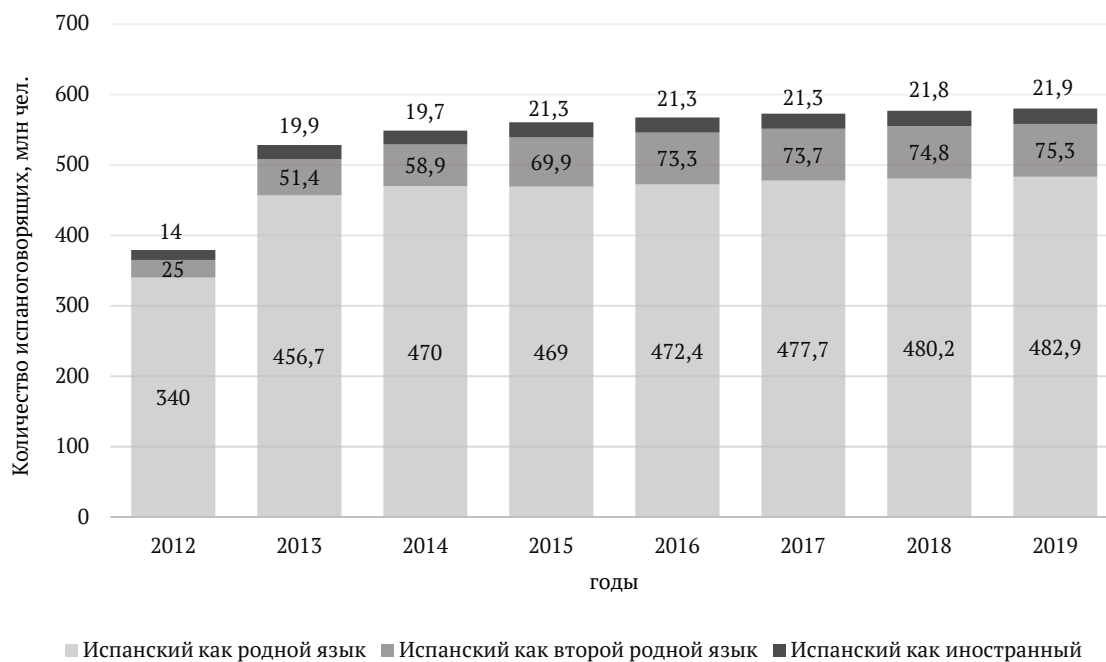
### **Обучение испанскому языку иностранных граждан на территории Испании как важная составляющая внешней политики государства.**

#### **Статистика испанского языка в мире**

Обучение испанскому языку иностранцев на территории Испании – важнейшая составляющая культурной и образовательной политики страны, подчиненная среднесрочной стратегической цели развития государства и укрепления его присутствия в мире [7].

Подобная политика весьма оправдана, так как сегодня испанский язык является одним из самых распространённых языков в мире, на котором, по данным Института Сервантеса, государственного учреждения Испании, созданного для преподавания испанского языка и распространения испанской и латиноамериканской культур, на 2019 год разговаривали более 580 миллионов человек (7,6% населения Земли) [12].

Испанский занимает третье место по количеству человек, владеющим им, после английского и китайского. Среди испаноговорящих – 482,9 миллиона носителей, и это на 3 миллиона больше, чем в 2018 году [ibidem]. Для 75,3 миллиона людей он является вторым родным языком, и 21,9 миллиона человек изучают испанский как иностранный [ibidem]. С каждым годом количество испаноговорящих увеличивается, что можно увидеть на Рисунке 1.



**Рисунок 1.** Количество испаноговорящих, 2012-2019 годы  
(на основе данных отчётов Института Сервантеса "Elespañol: unalenguaviva" за 2012-2019 годы)

Согласно прогнозам Института Сервантеса, основанным на анализе пяти самых распространённых языков: китайского, английского, испанского, хинди и арабского, испаноязычное сообщество продолжит расти и достигнет к середине XXI века 756 миллионов человек, в то время как количество человек, говорящих на английском и китайском, будет уменьшаться из-за демографических процессов.

Испанский язык – третий по распространённости язык в Интернете после английского и китайского: 8,1% всех публикаций в сети – на испанском языке, а также второй по использованию язык многоязычной интернет-энциклопедии Wikipedia и таких социальных сетей, как Facebook, Twitter и LinkedIn [Ibidem].

После английского испанский – второй язык научных публикаций. В 2018 году Испания занимала пятое место по изданию книг и вместе с Мексикой и Колумбией находится среди основных 15 производителей книг в мире [28].

Важным шагом в реализации стратегии обучения испанскому языку на территории Испании с целью развития государства и укрепления его присутствия в мире стало именно развитие идиоматического туризма.

Его массовое распространение стало возможным благодаря решению о популяризации преподавания испанского языка с целью сделать качественное изучение языка общедоступным: преподавание языка вышло за пределы университетов, и это не только увеличило число изучающих язык, но и расширило возрастные рамки обучающихся от школьников до пенсионеров.

Преподавание было передано частным лингвистическим центрам. Гарантией же качества для них стал уже упомянутый нами Институт Сервантеса, открытый в Испании в 1991 году. Основной стратегической внешнеполитической задачей института является формирование положительного образа страны.

Развитием и популяризацией идиоматического туризма в стране занимаются различные организации и органы власти на государственном, региональном и местном уровнях. Среди них можно выделить:

- **Институт туризма Испании (TURESPAÑA)** – государственный орган при Министерстве промышленности, торговли и туризма, который отвечает за маркетинг Испании как туристического направления за рубежом [29]. Организация работает во многих странах мира и обычно включена в состав дипломатического корпуса как туристический офис при посольствах. Возглавляют ее за рубежом советники по туризму страны.

- **Институт Сервантеса** – государственный орган, созданный в 1991 году. Кроме преподавания испанского языка проводит активную просветительскую деятельность, организуя для широкой публики встречи с видными деятелями культуры и образования, а также поддерживая мероприятия по всей стране: фестивали фламенко, конференции и др. [1].

- **Министерство культуры и спорта Испании** в рамках своей политики поощрения и распространения испанской культуры участвует в осуществлении мероприятий и программ в поддержку культурного туризма в сотрудничестве с некоммерческими организациями и частными лицами путем предоставления грантов и субсидий на развитие как национальных, так и международных мероприятий [21].

- **Испанская федерация ассоциаций школ испанского языка как иностранного (FEDELE)** состоит из центров изучения испанского языка как иностранного, расположенных по всей стране. Все центры имеют знак качества преподавания испанского языка (сертификат аккредитации Института Сервантеса) и работают совместно с TURESPAÑA и Институтом Сервантеса в целях развития языкового туризма.

• **Международная служба оценки знания испанского языка (SIELE)** несет ответственность за сертификацию степени владения испанским языком. Данная служба интернациональная и продвигается Институтом Сервантеса, Национальным автономным университетом Мехико, Университетом Саламанки и Университетом Буэнос-Айреса [25].

• **Испанский институт внешней торговли (ICEX)** – государственный орган при Министерстве промышленности, туризма и торговли, который отвечает за поощрение, организацию и субсидирование участия учебных центров в научных встречах и семинарах. Они также содействуют развитию международного образования в Испании и, в частности, преподаванию испанского языка как иностранного [14].

Так как туризм, согласно статье 148 Конституции Испании, относится к компетенциям автономных сообществ [9], идиоматический туризм активно развивается именно региональными органами власти. Некоторые области, имеющие большой опыт преподавания испанского языка как иностранного, а также лингвистические центры с традициями, например, Андалусия [24] и Кастилия и Леон, включили идиоматический туризм в «Планы стратегического развития туризма». Так, в стратегическом плане Кастилии и Леона мы читаем: «Автономное сообщество является колыбелью языка, и этот факт требует установления четкой стратегии офлайн- и онлайн-продвижения и маркетинга места назначения, чтобы продолжать привлекать студентов» [23].

Местные власти на уровне автономных сообществ через свои туристические офисы осуществляют инициативы по продвижению языкового туризма за рубежом. Такие города всемирного наследия ЮНЕСКО, как Саламанка, Алькала-де-Энарес, Кордова реализуют маркетинговые планы для привлечения иностранных туристов, которые хотят изучать испанский язык в их лингвистических академиях или университетах. Во многих городах, например, в Саламанке, идиоматический туризм становится силой, приводящей в движение экономику различных отраслей малого и среднего бизнеса, порождая спрос и привлекая в регион финансовые потоки.

### Статистика распространения идиоматического туризма в Испании и примеры работы лингвистических академий

На сегодняшний день нет официальных статистических данных по языковому туризму в Испании на национальном уровне. Последнее крупное исследование проводилось TURESPAÑA в 2008 году.

По данным Испанской федерации ассоциаций школ испанского языка как иностранного FEDELE, в состав которой входит около половины всех академий, специализирующихся на идиоматическом туризме, в 2018 году в частных центрах, аккредитованных Федерацией, испанский язык изучали 100 026 иностранных студентов [13].

В основном, данный тип туристов прибывает в Испанию из европейских стран: 80% – из Италии, Германии, Франции и Великобритании. Однако наблюдается рост числа студентов из дальних стран, в особенности из США, Китая, Японии и Южной Кореи. Другими потенциальными клиентами являются четыре страны БРИКС [22].

Средняя продолжительность пребывания в Испании европейских туристов равняется 2,5 неделям, однако студенты из США и стран Азии находятся на территории страны от 10 до 18 недель и предпочитают большие города, например, Мадрид и Барселону. Иными словами, чем дальше находится страна, из которой прибыл турист, тем на более длительные курсы испанского языка он записывается.

Основными автономными сообществами, где активно развивается языковой туризм, являются Андалусия, Мадрид, Кастилия и Леон и Валенсия. На выбор региона для изучения испанского языка влияют несколько факторов:

- 1) качество обучения языкового центра, его техническое оснащение;
- 2) наличие авиасообщения;
- 3) климат и возможность пляжного отдыха или культурного туризма;
- 4) наличие развлекательных заведений;
- 5) наличие престижных университетов [13].

На территории автономного сообщества **Андалусия** располагается 32 образовательных центра, аккредитованных FEDELE и входящих в Ассоциацию школ испанского языка как иностранного Андалусии, которые находятся в провинциях Малага (15 школ), Кадис (7), Гранада (6) и Севилья (4). Таким образом, студенты могут комбинировать изучение испанского языка с пляжным отдыхом и изучением богатейшего андалусского культурного наследия.

За 2018 год Андалусию с целью изучения испанского языка посетили 38 261 человек, что на 14,53% больше, чем в 2017 году. Основная часть туристов прибыли из Италии (1044), Германии (917), США (426), Великобритании (275) и Австрии (254) [3].

В автономном сообществе **Кастилия и Леон** находится 17 школ, аккредитованных FEDELE, которые располагаются в провинциях Саламанка (14 школ), Авила и Вальядолид. В данных центрах испанский язык как иностранный в 2018 году изучали 27 352 студента, на 28,13% больше, чем в 2017. В основном туристы прибывали из Италии (6 513), Франции (5 601), Великобритании (1 673), Германии (1 568) и США (1 484) [6].

В свою очередь, в **Мадриде** располагается 12 языковых центров FEDELE, в которых в 2018 году обучалось 12 652 студента, преимущественно из США (1 395), Италии (1 100), Великобритании (907) и Китая (737) [20].

### Заключение

Выводы. Продвижение языка и культуры за рубежом с целью развития, в том числе культурного, социального и экономического (привлечение в страну туристических потоков и финансовых инвестиций), поощрение

разнообразия и сотрудничества на основе взаимного уважения – такова стратегия внешней культурной политики Испании, направленной на долгосрочное развитие.

Испания оказалась в числе стран, которые первыми сделали ставку на развитие политики «мягкой силы» и, в первую очередь, на гуманитарное сотрудничество. Сегодня мы можем оценить результаты. В сознании мировой общестственности закрепился образ Испании как страны толерантной, дружелюбной, безопасной, экономически развитой, с высоким уровнем культуры и укорененными традициями. Распространение и популярность испанского языка в мире неуклонно растет. Культура Испании различных исторических периодов также получает все большую известность.

Идиоматический туризм – новый поливалентный ресурс – в Испании с каждым годом получает все большее развитие, оказывая положительное влияние не только на внешнюю политику, но и на экономику страны. В целом испанская модель распространения национального языка и культуры на мировой арене сегодня успешна и может быть частично взята за основу при развитии среднесрочной стратегии распространения русского языка и русской культуры за рубежом, чему может способствовать данное исследование.

Перспективы дальнейшего исследования: наша работа может стать началом широкого комплексного изучения проблематики идиоматического туризма. Эта тема должна быть рассмотрена с разных сторон: интересен аспект создания единой методики преподавания языка, функционирующей для широкого круга заинтересованных лиц; важен для изучения аспект организации системы преподавания, связывающей государственные интересы и мелкий частный бизнес; интересен для изучения экономический аспект – привлечение финансов в разные регионы страны путем перенаправления туда потоков туристов любого возраста и материального положения для изучения языка и косвенно с целью использования ими инфраструктуры города; наконец, одним из самых важных остается политический аспект: использование интереса к языку, культуре и истории страны для создания в мире положительного имиджа страны.

## Источники | References

1. Терентьева Е. Д. Роль Института Сервантеса в процессе обучения испанскому языку в мире // Языки и культуры: эффективная коммуникация в эпоху глобализации: материалы Межвузовской научно-практической конференции «Обучение иностранным языкам в процессе диалога культур». М.: РУДН, 2013. С. 116-119.
2. Химич Г. А., Терентьева Е. Д. Международное образовательное сотрудничество // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. 2018. Т. 18. № 1. С. 197-207.
3. Andalucía [Электронный ресурс]. URL: <https://fedele.org/blog/aprender-espanol-en-andalucia/> (дата обращения: 14.04.2020).
4. Baralo M. El valor del idioma como recurso turístico, económico y cultural // Signos Universitarios. 2015. № 34 (51). P. 35-61.
5. Campón A. M., Hernández J. M. Turismo idiomático en el medio rural: una propuesta para su desarrollo y comercialización // TURyDES. 2011. № 4 (10).
6. Castilla y León [Электронный ресурс]. URL: <https://fedele.org/blog/aprender-espanol-en-castilla-y-leon/> (дата обращения: 14.04.2020).
7. Castro J. L. La enseñanza del español como lengua extranjera en Europa: cifras de la situación actual y manifestaciones de los estudiantes [Электронный ресурс]. URL: [http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo\\_del\\_espanol/1\\_la\\_industria\\_del\\_espanol/lujan\\_j.htm](http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/lujan_j.htm) (дата обращения: 25.09.2017).
8. Cohen E., Cooper R. L. Language and Tourism // Annals of Tourism. 1986. № 13 (4). P. 533-564.
9. Constitución Española [Электронный ресурс]. URL: <https://www.boe.es/legislacion/documentos/Constitucion CASTELLANO.pdf> (дата обращения: 13.04.2020).
10. De la situación actual y manifestaciones de los estudiantes [Электронный ресурс]. URL: [http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo\\_del\\_espanol/1\\_la\\_industria\\_del\\_espanol/lujan\\_j.htm](http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/lujan_j.htm) (дата обращения: 25.07.2020).
11. Del Águila A. R., Fernández C., Padilla A. Los turistas extranjeros estudiantes de español. El caso de Málaga // Estudios Turísticos. 2012. № 154. P. 159-176.
12. El español: una lengua viva [Электронный ресурс]. URL: [https://www.cervantes.es/imagenes/File/espanol\\_lengua\\_viva\\_2019.pdf](https://www.cervantes.es/imagenes/File/espanol_lengua_viva_2019.pdf) (дата обращения: 08.03.2020).
13. En clave Turismo. Turespaña nos explica el aumento del turismo idiomático en nuestro país [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rtve.es/alacarta/audios/en-clave-turismo/clave-turismo-turespana-explica-aumento-del-turismo-idiomatico-nuestro-pais-10-05-19/5192312/> (дата обращения: 14.04.2020).
14. Enseñanza del español y movilidad educativa. 400 aniversario Cervantes [Электронный ресурс]. URL: [https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/formacion/aniv-cervantes/index.html?utm\\_source=banner-inicio&utm\\_medium=icex-es&utm\\_campaign=ense%C3%B1anza-espa%C3%B1ol-cervantes&utm\\_content=319-319](https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/formacion/aniv-cervantes/index.html?utm_source=banner-inicio&utm_medium=icex-es&utm_campaign=ense%C3%B1anza-espa%C3%B1ol-cervantes&utm_content=319-319) (дата обращения: 13.04.2020).
15. Escuela Carmen de las Cuevas [Электронный ресурс]. URL: <https://www.carmencuevas.com/es/> (дата обращения: 15.04.2020).
16. FEDELE [Электронный ресурс]. URL: <https://fedele.org/que-es-fedele/> (дата обращения: 05.04.2020).
17. Glosario de términos de turismo [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos> (дата обращения: 17.03.2020).

18. InHispania [Электронный ресурс]. URL: <https://inhispania.com/es/> (дата обращения: 15.04.2020).
19. Instituto Cervantes [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cervantes.es/default.htm> (дата обращения: 05.04.2020).
20. Madrid [Электронный ресурс]. URL: <https://fedele.org/blog/aprender-espanol-en-madrid/> (дата обращения: 14.04.2020).
21. Ministerio de Cultura y Deporte [Электронный ресурс]. URL: <https://www.culturaydeporte.gob.es/portada.html> (дата обращения: 13.04.2020).
22. Piédrola I., Artacho C., Villaseca E. J. El turismo idiomático como motor de desarrollo económico, educativo y cultural // I Congreso Internacional “El patrimonio cultural y natural como motor de desarrollo: investigación e innovación” / coord. por A. Peinado Herreros. Universidad Internacional de Andalucía, 2012.
23. Plan estratégico de turismo de Castilla y León 2019-2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/planes-estrategicos/plan-estrategico-turismo-castilla-leon-2019-2023> (дата обращения: 13.04.2020).
24. Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía. Horizonte 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/PGTSAH 2020 Volumen II Consejo Gobierno.pdf> (дата обращения: 13.04.2020).
25. SIELE [Электронный ресурс]. URL: <https://siele.org/web/guest/home> (дата обращения: 05.04.2020).
26. Taboada de Zúñiga P. Una aproximación al turismo idiomático en España. El caso particular de las ciudades históricas // Revista de turismo y patrimonio cultural. 2010. № 4 (12). P. 757-782.
27. Tamames R. La dimensión económica del español en el mundo. Madrid: Venecia, 2009.
28. The Global Publishing Industry in 2018 [Электронный ресурс]. URL: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1064\\_2019.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1064_2019.pdf) (дата обращения: 08.03.2020).
29. TURESPAÑA [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tourspain.es/es-es> (дата обращения: 05.04.2020).
30. UNWTO Tourism Definitions [Электронный ресурс]. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858> (дата обращения: 17.03.2020).

#### Информация об авторах | Author information

**RU****Химич Галина Александровна**<sup>1</sup>, к. филол. н., доц.**Курьев Константин Петрович**<sup>2</sup>, д. ист. н., доц.**Филимонова Ксения Николаевна**<sup>3</sup><sup>1,2</sup> Российский университет дружбы народов, г. Москва<sup>3</sup> Университет Балеарских островов, Майорка, Испания**EN****Khimich Galina Aleksandrovna**<sup>1</sup>, PhD**Kurylev Konstantin Petrovich**<sup>2</sup>, Dr**Filimonova Ksenia Nikolaevna**<sup>3</sup><sup>1,2</sup> Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow<sup>3</sup> University of the Balearic Islands, Majorca, Spain<sup>1</sup> [khimich-ga@rudn.ru](mailto:khimich-ga@rudn.ru), <sup>2</sup> [kurylev-kp@rudn.ru](mailto:kurylev-kp@rudn.ru), <sup>3</sup> [fili-ksu@yandex.ru](mailto:fili-ksu@yandex.ru)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 22.04.2021; опубликовано (published): 30.07.2021.

**Ключевые слова (keywords):** идиоматический туризм; образовательный туризм; испанский язык; Испания; культурная политика; idiomatic tourism; educational tourism; Spanish language; Spain; cultural policy.