

Лю Ин

2026

**Культурный туризм:
интеграция экономики и культуры
в Китае**

Монография



УДК 338.48
ББК 65.433
Л 93

Автор: Лю Ин, кандидат культурологии, старший преподаватель факультета Туризма Хайнаньского Тропического Морского Университета.

Рецензенты:

Лэй Шуан – декан факультета русского языка, Хайнаньский университет, старший преподаватель, кандидат;

Чжао Мэйлин – декан факультета управления туризмом, Хайнаньского Тропического Морского Университета, старший преподаватель, кандидат.

Лю, Ин

Л 93 Культурный туризм: интеграция экономики и культуры в Китае. Монография – М.: Мир науки, 2026 г. – Сетевое издание. Режим доступа: <https://izd-mn.com/PDF/16MNNPM26.pdf> – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-908127-15-8
DOI: 10.15862/16MNNPM26

Монография посвящена актуальным проблемам развития культурного туризма в Китае и его месте в стратегии развития туризма в целом. В монографии рассмотрены основные тенденции развития культурного туризма и его вклад в экономику государства. Монография может быть рекомендована к использованию в образовательном процессе для преподавания таких дисциплин, как культурология, теория межкультурных коммуникаций, культурный туризм, культура повседневности, китайская культура, а также в социокультурных проектах, задачей которых является повышение культурной грамотности и толерантности.

Книга предназначена для научных сотрудников, преподавателей и студентов вузов. Будет полезна работникам турбизнеса и турадминистрации.

Название проекта: Исследование развития туризма в Китае и России в контексте культурной и экономической интеграции.

Номер проекта: RHDRCSK202412, «Исследование пути реформы преподавания мысли и политики в учебной программе «Морской туризм» в контексте совместного обучения людей» (номер темы: Hnjg2025ZC - 70)

Монография издается при финансовой поддержке «Международного центра исследований островного туризма Хайнань (Hainan International Island Tourism Research Base)» и администрации провинции Хайнань: «Программа регионального уровня по созданию приоритетных учебных дисциплин 2024 года (торгово-промышленный менеджмент)» (项目 : 2024 年省级重点学科建设项目 (工商管理))

Издание распространяется под лицензией Creative Commons CC BY 4.0

ISBN 978-5-908127-15-8

© Лю Ин
© ООО Издательство «Мир науки», 2026 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В КИТАЕ	18
1.1 Современные представления о культурном туризме	18
1.2 Предпосылки развития современного культурного туризма Китая	37
1.3 Мотивация и мотивы культурного туризма в Китае в постпандемическую эпоху	49
ГЛАВА 2. ОСОБНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОНАХ КИТАЯ	62
2.1 Общие подходы к поиску специфики культурного туризма	63
2.2 Особенности культурного туризма	64
2.3 Проблемы культурного туризма	69
ГЛАВА 3. КУЛЬТУРНЫЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНТЕГРАЦИИ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА	74
3.1 Экономизация культурного аспекты развития культурного туризма	74
3.2 Культуризация экономики аспекты развития культурного туризма	81
3.3 Культурные и экономические интеграции аспекты развития культурного	93
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА	119

ВВЕДЕНИЕ

Современные тенденции в области межкультурной коммуникаций, особенно в контексте глобализационных процессов, требуют научного осмысления. В частности, особую роль получает изучение особенностей развития мирового культурного туризма. В настоящее время понимание сущности понятия «культурный туризм» все еще находится в стадии становления. С учетом современных представлений он «объединяет в себе широкий спектр потребительской туристской деятельности, формирующей понимание отличительных характеристик отдельной дестинации, будь то культурно-историческое наследие, современное искусство, повседневный стиль жизни, а также бизнес-практики, обеспечивающей доступность и интерпретацию культуры дестинации».¹

Культурный туризм одновременно рассматривается исследователями как особый самостоятельный вид туризма и как элемент, составная часть других видов туризма, что с одной стороны предоставляет широкие возможности для межвидовых взаимодействий внутри туризма и подчеркивает синкретическую и синергетическую сущность явления, с другой стороны затрудняет выявление специфических черт собственно культурного туризма и ставит под вопрос его самостоятельное существование.

Интересным примером быстро развивающегося туристского направления становится внутренний и внешний (международный) туризм в Китайской народной республике. Китай огромен, богат ресурсами и имеет многовековую историю, каждое место в нем обладает своими уникальными культурными особенностями, которые привлекательны не только для иностранных туристов, но и для самих китайцев. Однако из-за быстрого экономического развития ускоряется темп жизни населения, что приводит к тому, что происходит утрата многих элементов традиционной и самобытной культуры. Например, за исключением официальных праздников, большинство китайцев заняты работой, поэтому не имеют возможности посещать местные фестивали и праздники, многие исторические места были забыты, не реставрировались и в конечном итоге были разрушены.

¹ Сушинская, М. Д. Культурный туризм: учебное пособие / М. Д. Сушинская. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

Туристская индустрия в области культуры часто воспринимается как культурное взаимодействие между государствами, особое внимание в первую очередь уделяется иностранным туристам, которые приезжают в Китай. Уникальность китайской культуры делает страну привлекательной как для туристов со всего мира, так и для местного населения. Именно по этой причине изучение культурного туризма в Китае актуально, так как туризм неотделим от культуры и является не только хорошим способом ее развития сохранения и продвижения, но и позволяет наблюдать и отмечать происходящие внутри культуры процессы.

Особую актуальность приобретают исследования, определяющие границу между культурным, социокультурным и экономическим пространством культурного туризма. Безусловно, эти сферы тесно связаны между собой и оказывают взаимовлияние друг на друга. В частности, в культурном туризме хорошо прослеживаются взаимодействия между культурными и экономическими элементами.

Интересной проблемой становится изучение культурного туризма Китая в условиях развития современных свободных экономических зон,² где взаимодействие культуры и экономики наиболее четко ощутимо и наблюдается активное вращение культурных элементов в, казалось, очевидные экономические процессы. В настоящее время в Китае выделяют более 319³ свободных экономических зон (СЭЗ). Под экономической зоной в Китае понимается особая форма государственного управления территориями, которая при государственном контроле вобрала в себя идею комплексного экономического развития, включающего активные формы международного сотрудничества⁴. Значительное место, как и в других свободных экономических зонах мира, здесь уделяется использованию научно-технических достижений, производству новых товаров, предоставлению различного рода услуг и т. д.

2 Под свободной экономической зоной (СЭЗ) понимается комплексное явление, включающее несколько типов экономических формаций, действующих на территории Китая и переходящих в разные годы из одной формы в другую: свободные экономические зоны, специальные экономические зоны, зоны свободной торговли.

3 截至 2020 年 10 月底全国海关特殊监管区域情况 // 中国海关总署官网 .- URL: <http://zms.customs.gov.cn/zms/hgtsjgqy0/hgtsjgqyndqk/3373093/index.html> (дата обращения: 28.05.2021). – Состояние зон особого таможенного надзора по стране на конец октября 2020 г. // Специальный отдел ФТА и регионального развития. – 2020.

4 Свободные экономические зоны / [Э. С. Алпатова, Г. Р. Гарифуллина, Е. А. Кондюкова и др.]; под ред. Э. С. Алпатовой; Ин-т экономики, упр. и права (г. Казань). – Казань: Познание, 2008. – 207 с.: ил. - ISBN 978-5-8399-0249-7.

Важно обратить внимание на то, что в связи с быстрым экономическим ростом в свободных экономических зонах Китая, развитие культуры и, следовательно, культурного туризма уходит на второй план, их значимость для территории недооценена. Причем, это касается как внешнего, так и внутреннего туризма. Отметим, что китайские исследователи, изучавшие свободные экономические зоны Китая, также в основном сосредотачиваются на экономических аспектах. Исследований, посвященных различным аспектам развития культуры не много, процессы интеграции экономических и культурных элементов практически не рассматриваются.

Несмотря на все предпосылки для развития культурного туризма, коэффициент использования его возможностей для развития и продвижения региональной и общенациональной культуры, в том числе и брендинга территории на данный момент невысок. Тем не менее очевидно, что каждая свободная экономическая зона должна продвигать и защищать местную самобытную культуру и проводить ее исследования, продвигать современную культуру, создать свой собственный культурный бренд. Это позволит, в том числе, и с помощью культурного туризма не только демонстрировать, но и сохранять, а также развивать уникальные местные культурные традиции, включающие не только общепринятые объекты культурного наследия, но и различные формы современной культуры. В этой связи изучение взаимодействия культурного и экономического элемента в рамках культурного туризма становится очень важным, так как экономический ресурс здесь направлен на стимулирование и развитие культурного компонента.

Изучение проблем и направлений развития культурного туризма в зонах свободной торговли Китая имеет большое значение для защиты, наследования культуры, формирования новых элементов культуры в условиях стремительного развития экономики Китая. Таким образом, появляется возможность для разработки рекомендаций по развитию территорий и выработки стратегии развития культурного туризма. Комплексное изучение этого феномена в контексте развития Китая важно не только для экономического развития, но и для сохранения и развития национальной культуры. Все это делает тему исследования актуальной для культурологии.

Различные вопросы, связанные с культурным туризмом в свободных экономических зонах и особенностями туристской культуры, являются объектами исследования многочисленных работ западных, китайских и российских ученых. Отметим коллективное исследование «Cultural Attractions and European Tourism» под редакцией Г. Ричардса (Richards),⁵ Цебаллос-Ласкурейном (Ceballos-Lascurain)⁶, Нельсон Х.Х. Граберн (Graburn, 1989)⁷, в которых рассматриваются отдельные виды культурного туризма.

В российской науке наряду с общими исследованиями туризма выделяются специализированные работы по туризму А.П. Чистилиной⁸, И.П. Кульгачева⁹, А.В. Нечаевой¹⁰, Е.Г. Кропиновой¹¹, М.В. Ефремовой, О.В. Чкаловой,¹² и др. Специализированные работы по экономическому туризму принадлежат таким авторам, как Ц.М. Цырендоржиевна¹³ и Е.О. Заклязьминская¹⁴. Исследованиями культурного туризма занимаются такие ученые, как В.А. Чернов¹⁵, М.Ю. Стрижнёва¹⁶, Д. А. Мищенко¹⁷, М.Д. Сущинская¹⁸, И.А. Каменщиков¹⁹, К.А. Арсентьевна²⁰, А.М. Селиваненко²¹, А.В. Алхутов²², Г.И. Афонин²³, В.Л.

5 Cultural attractions and European tourism / ed. by G. Richards ; Department of leisure studies, Tilburg University, Tilburg, The Netherlands. – Wallingford : CABI Pub, 2001. – 259 p.: ill.

6 Ceballos-Lascurain, H. The Future of ecotourism / H. Ceballos-Lascurain // Mexico Journal. – 1987. – January. – P. 13–14.

7 Graburn, N. H. N. Tourism: The sacred journey / N. H. N. Graburn // Hosts and guests: the anthropology of tourism / ed. by V. L. Smith. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. – P. 21–36.

8 Чистилина, А. П. Анализ туристских направлений Китая для граждан Российской Федерации / А. П. Чистилина // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2019. – Т. 13, № 1. – С. 120–134.

9 Кульгачев, И. П. Туристские обмены России и стран Восточной Азии: состояние и перспективы развития / И. П. Кульгачев, В. А. Лепешкин, Е. А. Мантейфель // Международная торговля и торговая политика. – 2017. – № 1 (9). – С. 36–52.

10 Нечаева, А. В. Пространственная дифференциация выездного туризма Китайской Народной Республики: автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 25.00.24 / А. В. Нечаева. – Санкт-Петербург, 2009. – 22 с.

11 Кропинова, Е. Г. Теория и практика формирования и развития трансграничных туристско-рекреационных регионов: автореф. дис. ... д-ра геогр. наук : 25.00.24 / Е. Г. Кропинова. – Санкт-Петербург, 2017. – 41 с.

12 Ефремова, М. В. Анализ развития международного туризма между Россией и Китаем / М. В. Ефремова, О. В. Чкалова, Ж. Би // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. – № 6. – С. 1127–1139.

13 Цырендоржиева, Ц. М. Организационно-экономические особенности функционирования и развития культурного туризма : дис. ... канд. экономических наук : 08.00.05 / Ц. М. Цырендоржиева. – Москва, 2005. – 176 с. : ил.

14 Заклязьминская, Е. О. Экономика туризма китайской народной республики: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / Е. О. Заклязьминская. – Москва, 2019. – 21 с.

15 Вэньцзе, Янь Безопасность в электронной среде в КНР и ее влияние на туристскую деятельность / Янь Вэньцзе, В. А. Чернов // Индустрия туризма и гостеприимства: состояние, проблемы, перспективы развития : сб. Всерос. студенческой интернет-конф. с междунар. участием, посвящ. 80-летию ДВГУПС и 15-летию кафедры «Международные коммуникации, сервис и туризм». – Хабаровск, 2018. – С. 59–61.

16 Стрижнева, М. Ю. Институциональный дискурс и культурный туризм: лингвокультурологические корреляции / М. Ю. Стрижнева, Л. М. Бузинова, С. И. Зиборов // Научные ведомости БелГУ. Сер. : Гуманитарные науки. – 2018. – Т. 37, № 4. – С. 562–572.

17 Мищенко, Д. А. Культурный туризм как эффективный способ межкультурной коммуникации / Д. А. Мищенко, Н. Г. Денисов // Культура и время перемен. – 2018. – № 3. – С. 9.

18 Сущинская, М. Д. Культурный туризм: учебное пособие / М. Д. Сущинская. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

19 Каменщиков, И. А. Управление культурно-познавательным туризмом в России: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / И. А. Каменщиков. – Москва, 2005. – 165 с.

20 Карамашева, А. А. Культурный туризм и его значение в социокультурном развитии регионов в условиях глобализации: дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / А. А. Карамашева. – Москва, 2004. – 162 с.

Лиханова²⁴, Е.Д. Фомина²⁵, Хан Чжихи²⁶, которые рассматривают различные региональные аспекты этого феномена. Характеристики китайского туризма и культурного туризма изучают А.В. Нечаева²⁷, В.Н. Коваленко²⁸. Исследованиям городского туризма в свободных экономических зонах посвящены работы Н.В. Уденеевой²⁹, С.А. Горохова³⁰, В.В. Кайдаский³¹, С.Н. Соколова³², Г.Н. Вачнадзе³³, В.А. Черненко, Н.А. Калиновской³⁴, Т.Ю. Колпащикова³⁵, И.О. Милевского³⁶, Е.А. Шелег, И.С. Очкасовой³⁷ и др. Представляет значительный интерес изучение локальных особенностей китайской туристской индустрии, в том числе, культурной индустрии, демонстрирующей уникальность каждой территории, исследователи также поднимают вопрос регионального брендинга. Работы в этой области ведутся М.Р. Гозаловой³⁸, С.А. Красной³⁹, Фэном Цзунжэнем⁴⁰, Ни Цзяоцзяо⁴¹.

21 Селиваненко, А. М. «Культурный туризм» как одна из форм сохранения памятников архитектуры и истории / А. М. Селиваненко // Научное мнение. – 2015. – № 8–1. – С. 182–185.

22 Алхутов, А. В. Туризм как способ взаимодействия культур : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / А. В. Алхутов. – Краснодар, 2009. – 22 с.

23 Афонин, Г. И. Туризм как социально-культурное явление: дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Г. И. Афонин. – Казань, 2006. – 169 с.

24 Лиханова, В. В. Культурный туризм в Забайкальском крае как фактор развития туристской дестинации / В. В. Лиханова, О. А. Лях // Гуманитарный вектор. – 2019. – Т. 14, № 4. – С. 133–142.

25 Фомина, Е. Д. Историко-культурный туризм / Е. Д. Фомина // Инновационная наука. – 2016. – №11–1. – С. 328–341.

26 Хан Чжихи. Региональный культурный туризм: проблемы и перспективы развития (на примере Приморья и Южной Кореи): автореф. дис. канд. культурологии: 24.00.01 / Хан Чжихи. – Владивосток, 2020. – 227 с.

27 Нечаева, А. В. Пространственная дифференциация выездного туризма Китайской Народной Республики : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 25.00.24 / А. В. Нечаева. – Санкт-Петербург, 2009. – 22 с.

28 Коваленко, В. Н. Тенденции и перспективы взаимодействия экономик Сянган и Китая : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / В. Н. Коваленко. – Санкт-Петербург, 2011. – 26 с.

29 Уденеева, Н. В. Событийный туризм в Китае (Аомэнь, Сянган) / Н. В. Уденеева, Е. В. Старикова // Научный вестник МГИИТ. – 2019. – № 4. – С. 32–38.

30 Горохов, С. А. Особенности индустрии туризма в Китае / С. А. Горохов // Научный вестник МГИИТ. – 2013. – № 2. – С. 12–15.

31 Кайдаский, В. В. Использование ГИС в изучении игорно-развлекательного туризма на примере Аомынь (КНР) / В. В. Кайдаский, Е. А. Даниленко // Ученые записки ТНУ. Сер. : География. – 2012. – Т. 25 (64), № 1. – С. 95–104.

32 Соколов, С. Н. Аомэнь как международная туристская дестинация / С. Н. Соколов, Д. В. Барабанова // География и регион : материалы междунар. науч.-практ. конф. (23–25 сент. 2015 г.). – Пермь, 2015. – Т. VI : Туризм. – С. 247–253.

33 Деловой Китай: ежегодник. – Т. 46: Экономика и связи с Россией в 2008–2009 гг. / Г. Н. Вачнадзе. – Москва: ООО "ПОЛПРЕД Справочники". – 2009. – 216 с. – URL: <https://polpred.com/free/china2/book2.pdf> (дата обращения: 26.05.2020).

34 Калиновская, Н. А. Туризм и экономика региона : монография / Н. А. Калиновская, В. А. Чернов. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2001. – 144 с. : ил.

35 Черненко, В. А. Развитие культурно-познавательного туризма в Северо-Западном федеральном округе Российской Федерации : монография / В. А. Черненко, Т. Ю. Колпащикова. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУСЭ, 2012. – 179 с.

36 Милевский, И. О. План превращения провинции Хайнань в международный центр туризма / И. О. Милевский // Вопросы истории, археологии, политических наук и регионоведения : сб. материалов XIII Всерос. науч. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых. – Томск : Изд-во Томского ун-та, 2017. – Вып. 13, т. 2. – С. 32–37.

37 Шелег, Е. А. Анализ туристских перспектив направления о. Хайнань (Китай) / Е. А. Шелег, И. С. Очкасова, Д. В. Шалаев // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2019. – Т. 13, № 1. – С. 143–151.

38 Гозалова, М. Р. Периферийный туризм в Китае: современное состояние и перспективы развития / М. Р. Гозалова, Н. Ю. Логинова, А. М. Пацкевич. – DOI: 10.24411/1995–042X–2018–10104 // Сервис в России и за рубежом. – 2018. – Т. 12, № 1 (79). – С. 39–51.

39 Красная, С. А. Культурный туризм: просветительская сущность и факторы развития: дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / С. А. Красная. – Москва, 2006. – 165 с.

40 Фэн, Цзунжэнь. Институционализация современной художественной культуры в контексте культурных индустрий (на примере АРВМ КНР) : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Цзунжэнь Фэн. – Чита, 2019. – 24 с.

41 Ни, Цзяоцзяо. Феномен культурного бренда в современной китайской культуре : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Цзяоцзяо Ни. – Чита, 2019. – 25 с.

Следует обратить внимание, что значительный объем исследований в области культурного туризма выполнен российскими учеными китайского происхождения. Например, наряду с упомянутыми выше Фэном Цзунжэнем и Ни Цзяоцзяо различные аспекты культурного туризма рассматривают Чжан Цзянь⁴², Чжан Би Юй⁴³, Чэн Бин⁴⁴, Ван Тин⁴⁵, Чжу Бинсы⁴⁶. Туризм в свободных экономических зонах Китая с экономических позиций изучается Лю Шиян,⁴⁷ Сун Линьлинь⁴⁸ и т.д. При изучении китайского культурного туризма ученые широко используют социологические, культурологические и информационные подходы.

Наибольшее количество исследований по культурному туризму Китая выполняется китайскими учеными, которые рассматривают экономические, социально-политические, социально-культурные и др. факторы, влияющие на развитие туристского рынка. Например, китайские исследователи Ли Тяньюань (李天元)⁴⁹, Ли Хайлун (李海龙)⁵⁰, Го Лихуа (郭丽华)⁵¹, Лю Хунъянь (刘宏燕)⁵² и т. д. рассматривают культурный туризм как вид культурной деятельности. Различные виды культурного туризма изучаются Ма Цзиньфу (马进福)⁵³, Ли Минмэй (李明媚)⁵⁴, Ван Чжихуа (王志华)⁵⁵, Лю Юйсяо (刘雨道)⁵⁶, Гуо

42 Чжан, Цзянь. Особенности развития культурного туризма в Китае / Цзянь Чжан // Социально-гуманитарные науки в информационном обществе: перспективы и потенциал: сб. науч. тр. по материалам междунар. науч.-практ. конф. 24 дек. 2020 г. – Белгород : ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. – С. 101–105. – URL: <https://apni.ru/article/1630-osobennosti-razvitiya-kulturnogo-turizma> (дата обращения: 25.05.2020).

43 Чжан, Би Юй. Тенденции развития туристского комплекса Китая : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / Би Юй Чжан. – Москва, 2015. – 20 с.

44 Чэн, Бин. Становление, современное состояние и перспективы развития международного туризма в Китае и России / Бин Чэн, Д. В. Севастьянов // Вестник СПбГУ. Сер. 7. – 2010. – № 1. – С. 100–108.

45 Ван, Тин. Туризм как способ межкультурного взаимодействия в условиях глобализации / Тин Ван // Социологические науки. – 2016. – № 6. – С. 75–79.

46 Чжу, Бинсы. Принципы формирования планировочной и функциональной структуры туристской системы Пекина и его пригородов: автореф. дис. ... канд. архитектуры : 18.00.04 / Бинсы Чжу. – Санкт-Петербург, 2009. – 21 с.

47 Лю, Шиян. Функционирование и развитие свободных экономических зон : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Шиян Лю. – Кемерово, 2001. – 160 с.

48 Сун, Линьлинь. Эволюция и тенденции развития сферы туризма в провинции Хэйлунцзян (КНР) / Линьлинь Сун. – DOI 10.22394/1818-4049-2019-87-2-29-35 // Власть и управление на Востоке России. – 2019. – № 2 (87). – С. 29–35.

49 李天元. 旅游学 / 李天元. – 北京: 高等教育出版社, 2002. – 第 308 页. – Ли Тяньюань. Туризм / Ли Тяньюань. – Пекин : Изд-во высшего образования. – 2002. – 308 с.

50 李海龙. 文化引致旅游: 对文化旅游概念的系统重构 / 李海龙 // 河南教育学院学报. – 2013. – 第 32 卷, № 5. – 第 28–31 页. – Ли, Хайлун. Культура способствует развитию туризма: систематическая реконструкция концепции культурного туризма / Хайлун Ли // Журнал Института образования провинции Хэнань. – 2013. – Т. 32, № 5. – С. 28–31.

51 郭丽华. 略论 «文化旅游» / 郭丽华 // 北京第二外国语学院学报. – 1999. – № 4. – 第 42–45 页. – Го, Лихуа. О «Культурном туризме» / Лихуа Го // Журнал Пекинского университета международных исследований. – 1999. – № 4. – С. 42–45.

52 刘宏燕. 文化旅游及其相关问题研究 / 刘宏燕 // 社会科学家 (旅游经济理论与实践). – 2005. – № 2. – 第 430–433 页. – Лю, Хунъянь. Исследования по культурному туризму и смежным вопросам / Хунъянь Лю // Социолог (Экономическая теория и практика туризма). – 2005. – № 2. – С. 430–433.

53 马进福. 我国的宗教旅游资源及深度开发 / 马进福 // 陕西师范大学学报. – 1997. – № 1. – 第 107–112 页. – Ма, Цзиньфу. Ресурсы религиозного туризма моей страны и их глубокое развитие / Цзиньфу Ма // Журнал университета Шэньси. – 1997. – № 1. – С. 107–112.

54 李明媚. 论我国宗教文化旅游 / 李明媚 // 旅游发展. – 2011. – 第 10 卷. – № 3. – 第 99–102 页. – Ли, Минмэй. О религиозно-культурном туризме в моей стране / Минмэй Ли // Развитие туризма. – 2011. – Т. 10, № 3. – С. 99–102.

Цюаньчжун (郭全忠)⁵⁷, Лай Чуньмэй (赖春梅)⁵⁸, Чэнь Цзинь (陈今)⁵⁹.
 Китайский туризм с точки зрения традиционных ценностей и культурного наследия Китая рассматривается Си Лина (司丽娜)⁶⁰, Ю Дунлинь (余东林)⁶¹,
 Хуан Лин (黄玲)⁶²; Гонг Лина (宫丽娜)⁶³, Ян Юн (杨勇)⁶⁴, Ван На (王娜)⁶⁵,
 Гао Яньли (高艳利)⁶⁶, Гао Кэ (高科)⁶⁷.

Однако до сих пор недостаточно изучен вопрос культурного туризма в свободных экономических зонах Китая, которые, в основном, рассматриваются с позиций развития экономики, например, как это наблюдается в исследованиях Ван Чжи (汪治)⁶⁸, Су Сюань (苏萱)⁶⁹, Ван Ян (汪洋)⁷⁰, У Цзюньчжун (吴俊忠)

- 55 王志华. 世界佛教文化遗产旅游体验价值研究 / 王志华 // 旅游纵览. – 2016. – № 2. – 第 15–16 页. – Ван, Чжихуа. Исследование ценности мирового буддийского культурного наследия для туристского опыта / Чжихуа Ван // Обзор туризма. – 2016. – № 2. – С. 15–16.
- 56 刘雨道. 西蜀名人纪念园林及其纪念性研究 / 刘雨道 // 住宅与房地产. – 2015. – № 9. – 第 31 页. – Лю, Юйсяо. Мемориальный сад знаменитостей Сишу и его мемориальные исследования / Юйсяо Лю // Жилье и недвижимость. – 2015. – № 9. – С. 31.
- 57 郭全中. 我国文化产业园研究 / 郭全中 // 新闻界(产经论坛). – 2012. – № 18. – 第 62–67 页. – Го, Цюаньчжун. Исследование парков культурной индустрии в Китае / Цюаньчжун Го // Пресса (Санкей Форум). – 2012. – № 18. – С. 62–67.
- 58 文旅智谈十二篇 / 主编:赖春梅; 博雅方略研究院. – 北京出版社, 2019. – 第 414 页. – Двенадцать бесед о культурном туризме / ред. Лай Чуньмэй; Институт гуманитарных исследований и стратегии. – Пекин: Пекинский Издательский Дом, 2019. – 414 с.
- 59 陈今. 基于原生态文化审美价值的闽东畲族生态文化旅游 / 陈今 // 宁德师范学院学报. – 2015. – № 1. – 第 12–14 页. – Чэнь, Цзинь. Эко-культурный туризм этнической группы Ше в Восточном Фуцзяне, основанный на эстетической ценности исконной экологической культуры / Цзинь Чэнь // Журнал педагогического университета Ниндэ. – 2015. – № 1. – С. 12–14.
- 60 司莉娜. 曲阜文化旅游及孔子文化的推广研究 / 司莉娜, 马爱萍 // 旅游论坛. – 2008. – № 5. – 第 309–313 页. – Си, Лина. Исследование о продвижении культурного туризма Цюйфу и культуры Конфуция / Си Лина, Ма Айпин // Туристский форум. – 2008. – № 5. – С. 309–313.
- 61 余东林. 从《周易》看先秦儒家旅游文化的「义命观」 / 余东林 // 广西社会科学. – 2014 年. – № 8. – 第 190–193 页. – Ю, Дунлинь. «Взгляд на праведную судьбу» в конфуцианской культуре туризма доцинского периода из «Книги перемен» / Дунлинь Ю // Социальные науки Гуанси. – 2014. – № 8. – С. 190–193.
- 62 黄玲. 论近代中国海外旅行: 硕士学位论文 / 黄玲; 湘潭大学. – [没有出版地], 2003. – Хуан, Лин. О зарубежных поездках современного Китая: дис. ... магистра / Лин Хуан; Сянтаньский университет. – [Б. м.], 2003. – 75 с.
- 63 宫丽娜. 文化遗产旅游的深层旅游动机研究-基于手段目的链的方法: 硕士学位论文 / 宫丽娜; 东北财经大学. – [没有出版地], 2010. – 第 6–14 页. – Гонг, Лина. Исследование углубленной туристской мотивации метода культурного наследия. Туризм, основанный на цепочке средств и результатов: дис. ... магистра / Лина Гонг; Финансово-экономический университет Дунбэй. – [Б. м.], 2010. – 92 с.
- 64 杨勇. 旅游目的地竞争力框架中的「文化」因素分析: 一个综述 / 杨勇 // 旅游学刊. – 2006. – 第 21 卷, № 12. – 第 35–42 页. – Ян, Юн. Анализ «культурных» факторов в рамках конкурентоспособности туристских дестинаций: обзор / Юн Ян // Трибуна туризма. – 2006. – Т. 21, № 12. – С. 35–42.
- 65 王娜. 民族地区特色文化旅游产业发展的路径探索-基于文化驱动的理论视角 / 王娜, 李锦宏 // 中共贵州省委党校学报. – 2013 年. – № 6. – 第 40–45 页. – Ван, На. Изучение путей развития характерной индустрии культурного туризма в этнических районах на основе теоретической перспективы культурного влечения / На Ван, Цзиньхун Ли // Журнал партийной школы комитета провинции Гуйчжоу Коммунистической партии Китая. – 2013. – № 6. – С. 40–45.
- 66 高艳利. 公益旅游发展的主体动机与制约因素探析 / 高艳利, 雷春 // 临沂大学学报. – 2012. – 第 34 卷, № 1. – 第 39–43 页. – Гао, Яньли. Анализ основных мотиваций и сдерживающих факторов развития общественного благосостояния / Яньли Гао, Чун Лэй // Вестник Линьинь университета. – 2012. – Т. 34, № 1. – С. 39–43.
- 67 高科. 志愿者旅游: 概念、类型与动力机制 / 高科 // 旅游论坛. – 2010. – № 2. – 第 141–146 页. – Гао, Кэ. Волонтерские путешествия: концепция, виды и механизм мотивации / Кэ Гао // Туристский форум. – 2010. – № 2. – С. 141–146.
- 68 汪治. 关于深圳文化产业的定位与发展对策的思考 / 汪治 // 特区经济. – 2004. – № 12. – 第 38–39 页. – Ван, Чжи. Размышления о позиционировании и противодействии развитию культурной индустрии Шэньчжэня / Чжи Ван // Особая экономическая зона. – 2004. – № 12. – С. 38–39.
- 69 苏萱. 天津城市文化竞争力分析 / 苏萱, 张印贤 // 商场现代化. – 2010. – № 602. – 第 103–105 页. – Су, Сюань. Анализ городской культурной конкурентоспособности Тяньцзиня / Сюань Су, Иньсянь Чжан // Модернизация торговых центров. – 2010. – № 602. – С. 103–105.

⁷¹, Чэнь Чжаошунь (陈朝顺) ⁷². Однако целостного представления о культурном туризме в свободных экономических зонах до сих пор не сформировано.

Проблемы развития культурного туризма, взаимодействия с культурной индустрией, сохранения традиций и культурного наследия в свободных экономических зонах Китая изучают Чэнь Цзяньцин (陈建勤) ⁷³, Чен Гэ (陈格) ⁷⁴, Ли Юань (李原) ⁷⁵, Гао Цюнь (高群) ⁷⁶, Ли Си (李玺) ⁷⁷, Сон Байниан (宋柏年) ⁷⁸, Лин Мэйчжэнь (林美珍) ⁷⁹, Чанг Цинцин (常青青) ⁸⁰, Гу Хао (顾昊) ⁸¹, Лу Цзяньчан (吕建昌) ⁸², Чжао Тивэй (赵体威) ⁸³, Фанг Пэн (方鹏) ⁸⁴, Ли Тянь

70 汪洋. 深圳文化特点及发展走向 / 汪洋, 主编 杨宏海; 深圳文化研究所. – 广州: 花城出版社出版, 2001 年. – 第 580 页 – Ван, Ян. Культурные особенности и тенденции развития Шэньчжэня / Ян Ван; ред. Ян Хунхай; Институт культуры Шэньчжэня. – Гуанчжоу, : Хуа Чен, 2001. – 580 с.

71 吴俊忠. 深圳经济特区文化创新功能的生成与发展 / 吴俊忠 // 深圳大学学报. 人文社会科学版. – 2006. – 第 23 卷, № 4. – 第 18–24 页. – У, Цзюньчжун. Формирование и развитие функции культурных инноваций в особой экономической зоне Шэньчжэня / Цзюньчжун У // Журнал Шэньчжэньского университета. Гуманитарные и социальные науки. – 2006. – Т. 23, № 4. – С. 18–24.

72 陈招顺. 蓬勃发展的香港旅游业 / 陈招顺 // 世界经济. – 1979. – № 7. – 第 64–67 页. – Чэнь, Чжаошунь. Быстро развивающаяся индустрия туризма в Сянгане / Чжаошунь Чэнь // Мировая экономика. – 1979. – № 7. – С. 64–67.

73 陈建勤. 上海旅游景区业存在问题与发展策略研究 / 陈建勤 // 上海经济研究. – 2006 年. – № 12. – 第 84–94 页. – Чэнь, Цзяньцин. Исследование существующих проблем и стратегий развития индустрии привлечения туристов в Шанхае / Цзяньцин Чэнь // Шанхайские экономические исследования. – 2006. – № 12. – С. 84–94.

74 陈格. 论香港文化的特色 / 陈格 // 南京理工大学学报. – 1997 年. – 第 10 卷. – № 5. – 第 24–26 页. – Чен, Гэ. Об особенностях культуры Сянгана / Гэ Чен // Журнал Нанкинского университета науки и технологий. – 1997. – Т. 10, № 5. – С. 24–26.

75 李原. 上海文化旅游发展战略研究 / 李原, 李萌 // 上海对外经贸大学学报. – 2016. – 第 23 卷. – № 1. – 第 60–67 页. – Ли, Юань. Исследование Шанхайской стратегии развития культурного туризма / Юань Ли, Мэн Ли // Журнал Шанхайского университета международного бизнеса и экономики. – 2016. – Т. 23, № 1. – С. 60–67.

76 高群. 浅谈香港的文化建设与特征 / 高群 // 高校讲坛. 科技信息. – 2008. – № 5. – 177 页. – Гао, Цюнь. О культурном конструировании и особенностях Сянган (Сянган) / Цюнь Гао // Университетский форум. Наука и техническая информация. – 2008. – № 5. – С. 177.

77 李玺. 澳门世界文化遗产旅游的创新性开发策略研究 – 游客感知的视角 / 李玺, 毛蕾 // 旅游学刊. – 2009 年. – 第 24 卷, 第 8 期. – 53–57 页. – Ли, Си. Исследование инновационных стратегий развития туризма, являющегося объектом всемирного культурного наследия, Аомэнь – перспектива восприятия туристов / Си Ли, Лэй Мао // Tourism Tribune. – 2009. – Т. 24, № 8. – С. 53–57.

78 宋柏年. 澳门中西文化的接受与过滤 / 宋柏年 // 中国文化研究. – 2000. – № 27. – 第 91–96 页. – Сон, Байниан. Принятие и фильтрация китайской и западной культуры в Аомэнь / Байниан Сон // Китайские культурологические исследования. – 2000. – № 27. – С. 91–96.

79 郑向敏. 澳门 «赌城» 形象分析与旅游形象塑造 / 郑向敏, 林美珍, 陈传钱 // 东南学术. – 2004. – № 5. – 第 90–98 页. – Чжэн, Сянминь. Анализ имиджа «и г о р н о г о г о р о д а» Аомэнь и формирование его туристского имиджа / Сянминь Чжэн, Мэйчжэнь Линь, Чуанцян Чен // Юго-Восточная академия. – 2004. – № 5. – С. 90–98.

80 中国海洋文化 – 海南 / 责任编辑 常青青. – 北京: 海洋出版社, 2016. – № 1. – 261 页. – Китайская океаническая культура. Хайнань / ред. Чанг Цинцин. – Пекин: Ocean Press, 2016. – № 1. – 261 с.

81 顾昊. 上海会展场馆的使用与经营模式分析 / 顾昊 // 案例分析. – 2019. – № 12. – 第 111–112 页. – Гу, Хао. Анализ использования и бизнес-модели шанхайских выставочных и конференц-залов / Хао Гу // Тематическое исследование. – 2019. – № 12. – С. 111–112.

82 吕建昌. 上海世博会与工业遗产博物馆 / 吕建昌, 邱捷 // 东南文化. – 2010. – № 1. – 第 89–92 页. – Лу, Цзяньчан. Шанхайский музей всемирной выставки промышленного наследия / Цзяньчан Лу, Цзе Цю // Юго-восточная культура. – 2010. – № 1. – С. 89–92.

83 赵体微. 开拓上海会展业的发展空间 / 赵体微 // 海商论坛. – 2009. – № 3. – 第 16–19 页. – Чжао, Тивэй. Изучение пространства развития индустрии выставок и конгрессов Шанхая / Тивэй Чжао // Морской экономический форум. – 2009. – № 3. – С. 16–19.

84 方鹏. 椰岛寻踪 – 海南文化史话 / 方鹏. – 四川人民出版社, 2004. – 第 155 页. – Фанг, Пэн. В поисках кокосового острова: история культуры Хайнань / Фанг Пэн. – Сычуаньское народное издательство, 2004. – 155 с.

(李恬)⁸⁵, Вэнь Лимин (文丽敏)⁸⁶, Чен Ю (陈玉)⁸⁷, Фань Синьпин (范欣平)⁸⁸.

Тем не менее, в Китае и России до сих пор недостаточно комплексных исследований по культурному туризму в свободных экономических зонах. Многие вопросы этой области нуждаются в более детальном изучении. Необходимо осмыслить присутствующее здесь историческое наследие, а также развитие современной культуры в контексте культурного туризма.

Цель данной монографии – на основании изучения культуры и культурного туризма свободных экономических зон выявить особенности развития в них культурного туризма, позволяющие сохранять, развивать и продвигать местную и общенациональную культуру, а также формировать уникальный культурный образ, бренд территории.

Для достижения поставленной цели было необходимо:

1. Изучить представления о феномене «культурный туризм» в современной науке, охарактеризовать основные этапы развития туризма в Китае и продемонстрировать заложенный в нем культурный компонент. На основании существующих видов туризма предложить рабочую классификацию видов культурного туризма применительно к Китаю.

2. Изучить ключевые предпосылки развития внутреннего культурного туризма в современном Китае и определить мотивацию и мотивы культурного туризма в Китае в постпандемическую эпоху. Провести социологические исследования, раскрывающие современное восприятие внутреннего культурного туризма в Китае.

3. Рассмотреть особенности формирования и развития свободных экономических зон Китая, на основании которых определить основные

85 李恬. 海南文化旅游产业发展研究 / 李恬 // 现代营销 (区域经济). – 2015. – № 5. – 第 167–168 页. – Ли, Тянь. Исследование развития индустрии культурного туризма на Хайнане / Тянь Ли // Современный маркетинг (региональная экономика). – 2015. – № 5. – С. 167–168.

86 文丽敏. 海南发展影视文化产业机遇与挑战 / 文丽敏 // 海南广播电视大学学报. – 2013. – № 2. – 第 54–59 页. – Вэнь, Лимин. Возможности и вызовы в развитии индустрии кино и телевидения Хайнаня / Вэнь Лимин // Вестник Хайнаньского университета радио и телевидения. – 2013. – № 2. – С. 54–59.

87 陈玉. 新常态下海南免税产业发展前景探析 / 陈玉 // 现代商业. – 2015. – № 5. – 第 106–107 页. – Чен, Ю. Анализ перспектив развития индустрии беспошлинной торговли на Хайнане в условиях новых норм / Чен Ю // Современный бизнес. – 2015. – № 5. – С. 106–107.

88 范欣平. 海南省文化旅游业转型发展初探 / 范欣平 // 旅游经济. – 2014. – № 7. – 第 184–185 页. – Фань, Синьпин. Предварительное исследование трансформации и развития культурного туризма в провинции Хайнань / Синьпин Фань // Экономика туризма. – 2014. – № 7. – С. 184–185.

особенности и проблемы развития культурного туризма свободных экономических зон.

4. Разработать рекомендации и предложения по развитию, сохранению, продвижению местной и общенациональной культуры Китая, а также формированию уникального культурного образа, бренда территории посредством внутреннего и внешнего культурного туризма.

В исследовании затрагиваются вопросы развития культурного туризма на протяжении всего периода существования Китая, однако главный акцент сделан на развитии культурного туризма свободных экономических зон Аомэнь, Шанхай и Хайнань в конце XX – начале XXI вв.

Источниковая база исследования представлена широким кругом разнообразных видов источников: информационные материалы, опубликованные на сайтах Центрального правительства КНР, Министерства образования КНР, сайтах информационных агентств и др.; академические словари и энциклопедии на русском и китайском языках; сайты туристских агентств (более 200); интервью, отзывы китайских туристов, помещенные в сети Интернет; два социологических опроса, проводимых автором в 2020 года в сети Интернет (в первом приняли участие 314 человек, во втором – 347).

Теоретико-методологическая база, используемая в монографии обусловлена спецификой научной проблемы, целевой установкой и решением поставленных задач. В основе исследования лежат концепции российских, китайских и западных исследований по обсуждаемой проблеме. В частности, использовались концепции культурного туризма, предложенные Всемирной туристской организацией (ЮНВТО), Робертом Макинтошем, Д. А. Мищенко, Н. Г. Денисовым, Сяо Хун, Ян Чуньюй и Сун Фуцзюань. Ключевым в понимании культурного туризма становится подход, предложенный М.Д. Сушинской «исходя из современной практики туризма, целесообразно рассматривать в двух ипостасях: как специфический вид туризма и как элемент иных видов туризма. Исходя из этого, целесообразно формировать многоуровневое представление культурного туризма, отражающее как место целевой мотивации туризма, так и искомые выгоды посещения культурных достопримечательностей и глубину их освоения».⁸⁹

⁸⁹ Сушинская, М. Д. Культурный туризм: учебное пособие / М. Д. Сушинская. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

Концепции современного культурного туризма Китая в работах Лай Чуньмэй, Ван Вэньсян, Чэнь Шаофэн, М.Ю. Стрижнёва, Д. А. Мищенко, Сяо Хун, Ян Чунью, Сун Фуцзюань, Ли Хайлун стали основой представлений автора о китайском культурном туризме. Концепции Су Цайюнь, Сюй Тао, Сунь Ян, Ян Симэй, М.Д. Сушинской, Е.Д. Фомина, М.В. Васинской, Гуо Цюаньчжун, Вэй Сяоань, Вэй Сяоань и др. легли в основу собственной классификации культурного туризма.

Методология, используемая в данной монографии, предполагает активное использование эволюционистского подхода, а также историко-культурных и социологических методов. Эти методы позволили наблюдать исторические и социокультурные процессы развития и изменений в системе культурного туризма, как во всем Китае, так и в свободных экономических зонах. Историко-генетический метод позволил определить происхождение тенденций культурного туризма и развития культуры.

Важную роль в исследовании выполняет структурно-функциональный метод, который позволяет рассматривать культурный туризм как систему в современном Китае и разрабатывать его типологию. Семиотический подход позволил выявить символическое значение рассматриваемых объектов культурного наследия. В исследовании широко применяется компаративистика как совокупность сравнительных методов. Компаративный метод подразумевает сравнительно-исторический анализ различных культур или каких-либо конкретных областей культуры в определенном временном интервале. В нашем случае сравнивается происхождение и развитие культурного туризма на разных территориях, с различными исходными культурными и экономическими факторами. В ходе исследования потребовалось подключение комплекса социологических методов, позволяющих провести социологический опрос, который прояснил современное отношение китайцев к культурному туризму, а также метод включенного наблюдения.

Наряду с использованием результатов опубликованных социологических опросов, в 2020 года автором было проведено собственные исследования, результаты которого приводятся в работе. Главной задачей двух опросов было выявление особенностей восприятия китайскими потребителями культурного туризма в свободных экономических зонах.

Автор считает, что научная новизна монографии заключается в следующем:

- Введено в российский научный оборот значительное число китайских исследований, посвящённых культурному туризму и развитию СЭЗ в Китае.
- Выполненные автором социологические исследования в 2020 г. продемонстрировали современное восприятие китайцами культурного туризма. В том числе позволило определить их мотивы для культурного туризма в постпандемическую эпоху.
- Определены основные особенности и проблемы развития культурного туризма в свободных экономических зонах.
- Культурный туризм свободных экономических зон рассматривается в контексте тесной взаимосвязи культуры и экономики. Основные принципы и характеристики развития культурного туризма раскрываются с позиций «культура», «экономика» и «взаимодействие». Автор знакомит российских исследователей с распространенной концепцией китайских ученых о понятиях «экономизация» культуры и «культуризация» экономики. Установлено, что в свободной экономической зоне культурный туризм является продуктом культурной экономизации и экономической культуризации.

Теоретическая значимость монографии определяется тем, что полученные результаты вносят вклад в осмысление процессов развития культуры Китая – от сохранения ее традиционных форм до новой культуры. Результаты исследования позволяют понять специфику китайского культурного туризма, выявить проблемы его развития в свободных экономических зонах, рассмотреть культурный туризм как самостоятельное явление и одновременно как составную часть других видов туризма. Результаты демонстрируют влияние экономического развития Китая на культурные процессы и их характеристики. На фоне современного культурного шока необходимо детально изучать вопросы защиты и сохранения традиционной культуры, а также вопросы возникновения и использования современной культуры.

Практическая значимость данной монографии состоит в том, что результаты проведенного исследования могут быть полезны не только исследователям, но и специалистам, которые занимаются практической деятельностью в социально-культурной сфере и туризме. Понимание специфики культурного туризма в свободных экономических зонах Китая позволит осуществлять более

плодотворную коммуникацию между Россией и Китаем. Монография может быть рекомендована к использованию в образовательном процессе для преподавания таких дисциплин, как культурология, теория межкультурных коммуникаций, культурный туризм, культура повседневности, китайская культура, новая культура и др., а также в социокультурных проектах, задачей которых является повышение культурной грамотности и толерантности.

Практическая значимость исследования видится в дополнении актуальной информации о восприятии китайским населением культурного туризма в свободных экономических зонах Китая. В Приложениях 2–3 систематизированы репрезентативные объекты культурного наследия и объекты современной культуры, которая тесно соприкасается с другими видами туризма, что в значительной степени расширяет представления об объеме и разнообразии форм культурного туризма в рассматриваемых зонах. Составленные автором таблицы позволяют уточнить терминологию и характеристики туризма и культурного туризма, а также проследить их взаимосвязь. Выявленные особенности развития культурного туризма позволяют лучше понять специфику туристской индустрии Китая в целом и могут быть использованы в развитии межкультурных коммуникаций России и Китая.

Основные положения данной монографии:

1. Современный культурный туризм в Китае включает в себя как общемировые представления об этом феномене, так и национальную специфику. Особенности, проблемы, мотивы китайских туристов свидетельствуют о специфическом восприятии и функционировании культурного туризма в современном Китае и его тесной взаимосвязи с другими формами туризма. Главными проблемами развития видятся недостаточное понимание ценности культурных ресурсов, а также отсутствие разработанных и осознанно продвигаемых культурных брендов города. Ключевыми мотивами туристов в Китае становится интерес к местному культурному наследию и современной культуре.

2. Свободные экономические зоны Китая обладают уникальной культурной составляющей, которая определяет их специфику и позволяет быть узнаваемой. Главным предложением по развитию и продвижению региональной и

общенациональной культуры Китая, а также формированию уникального культурного образа территории посредством культурного туризма стало формирование своеобразной модели культурного туризма территории, на основе уникального ключевого элемента и дополнительных культурных элементов.

3. Свободная экономическая зона является наиболее подходящим объектом для изучения экономики культуры, а также культурной и экономической интеграции. В свободных экономических зонах Китая культурный туризм является продуктом культурной экономизации и экономической культуризации. В контексте интеграции культурный туризм приносит экономическую выгоду в местный регион, возникает больше культурных индустрий, развивается местная культура, происходит сохранение и защита локальных и общенациональных культурных традиций.

Основные результаты исследования были представлены в докладах на международных, всероссийских и региональных научно-практических конференциях: VIII научно-практическая конференция студентов и аспирантов «Актуальные проблемы гуманитарных и социальных наук» (Владивосток, ДВФУ, апрель 2019 г.); II Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Актуальные вопросы гуманитарных и общественных наук»; «Научно-исследовательский центр «Пересвет» (Санкт-Петербург, декабрь 2020 г.); Международный научный форум «Наука и инновации – современные концепции» (Москва, декабрь 2020 г.)

ГЛАВА 1. КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В КИТАЕ

В настоящее время культурный туризм в Китае развивается очень активно и способствует развитию и защите культурной инфраструктуры, что делает вопросы, связанные с изучением этого феномена актуальными для культурологии. Многие направления развития культурного туризма в Китае совпадают с мировыми тенденциями. В то же время существует определенная специфика в понимании термина, в содержательном наполнении его видов, в причинах и мотивациях, которые становятся главными для китайских туристов.

В первой главе даны представления туризме и его основных видах, рассматриваются современные представления отечественных и зарубежных исследователей о культурном туризме, приводятся его основные виды и классификации, обращается внимание на интеграционные процессы внутри культурного туризма, в частности на связь между культурными и экономическими элементами, даны предпосылки развития современного культурного туризма.

1.1 Современные представления о культурном туризме

Ускорение глобализации проложило путь для развития туризма. В Китае такая ситуация особенно заметна. Экономическое развитие, технический прогресс, удобная транспортная инфраструктура, повышение уровня жизни людей и увеличение оплачиваемого отпуска создали условия для роста туристской индустрии. Улучшение культурного самосознания современных людей и повышение уровня знаний создают запрос на качественные, содержательные экскурсии.

Безусловно, культура является душой туризма и его основой, от которой зависит выживание и развитие всей индустрии. Стоит отметить, что туризм сам по себе, бесспорно, является культурной деятельностью. Тем не менее, с 80-90-х гг. XX в., с быстрым развитием мирового туризма, постоянным расширением

туристской деятельности и непрерывным расширением сферы бизнеса, термин «культурный туризм» стал профессиональным термином.⁹⁰

Формирование представлений о культурном туризме в Европе и США

Наиболее употребительное словосочетание в английском языке для «культурного туризма»⁹¹ – «cultural tourism», или «culture tourism», иногда используется «heritage tourism».⁹² В 1969 г. на совещании в Брюсселе была принята Хельсинкская декларация о европейском культурном наследии, которая впервые определила культурный туризм как отдельную часть туризма⁹³. Зарубежные ученые изучали модель развития культурного туризма и ранее. Ниже кратко представлены исследования в этой области.⁹⁴

В 1950-х г. исследования в области культурного туризма начались в Соединенных Штатах и Канаде. К 1977 г. Роберт Макинтош и Шарль Голднер (Robert W. McIntosh, Charles R. Goeldner) издали книгу «Туризм: элементы, практика, основные принципы».⁹⁵ «Культурный туризм» был предложен в качестве отдельной концепции и использовался как название одной из глав. С тех пор исследования понятия «культурный туризм» постепенно созревали в западных странах.

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) в 1985 г. предложила широкое определение понятия «культурный туризм». «Культурный туризм включает в себя все аспекты туризма, на основе которых туристы могут изучать историю и наследие других людей, а также их современную жизнь и мышление».⁹⁶

В 1997 г. Международная комиссия по памятникам и достопримечательностям (ИКОМОС) определила культурный туризм с точки

90 李天元. 旅游学 / 李天元. – 北京: 高等教育出版社, 2002. – 第 308 页. – Ли Тяньюань. Туризм / Ли Тяньюань. – Пекин: Изд-во высшего образования. – 2002. – 308 с.

91 Немецко-русский горный словарь: около 65 000 терминов / сост. Л. И. Барон. – Москва: Сов. энциклопедия, 1966. – 1198 с.

92 新英汉袖珍词典 / 主编 关山同; 北京师范大学外语系 编写组. – Beijing: 北京出版社, 1979. – 第 198 页. – Новый англо-китайский карманный словарь / ред. Гуань Шаньтун; Пекинский педагогический университет; факультет иностранных языков. – Пекин: Издательский дом Пекина, 1979. – 198 с.

93 王娟. 国外文化旅游若干问题研究综述 / 王娟 // 中国旅游科学年会. – 2019. – № 4. – 第 334–344 页. – Ван, Цзюань. Краткое изложение исследований некоторых проблем культурного туризма за рубежом / Цзюань Ван // Ежегодная конференция китайской туристской науки. – 2019. – № 4. – С. 334–344.

94 曲广娣. 文化的概念探析 / 曲广娣 // 大庆师范学院学报. – 2018. – 第 38 卷. – № 2. – 第 1–7 页. – Цюй, Гуанди. Анализ концепции культуры / Гуанди Цюй // Вестник Дацинского педагогического университета. – 2018. – Т. 38, № 2. – С. 1–7.

95 吴光玲. 关于文化旅游与旅游文化若干问题研究 / 吴光玲 // 经济与社会发展. – 2006. – 第 4 卷, № 11. – 第 161–163 页. – У, Гуанлин. Исследования по некоторым вопросам культурного туризма и туристской культуры / Гуанлин У // Экономическое и социальное развитие. – 2006. – Т. 4, № 11. – С. 161–163.

96 李海龙. 文化引致旅游: 对文化旅游概念的系统重构 / 李海龙 // 河南教育学院学报. – 2013. – 第 32 卷, № 5. – 第 28–31 页. – Ли, Хайлун. Культура способствует развитию туризма: систематическая реконструкция концепции культурного туризма / Хайлун Ли // Журнал Института образования провинции Хэнань. – 2013. – Т. 32, № 5. – С. 28–31.

зрения туристского опыта. В данном случае культурный туризм понимается как туризм, позволяющий людям испытывать различные стили жизни других людей, тем самым непосредственно понимая их обычаи, традиции, среду обитания, концепции знаний, архитектуру, историю, археологию или важные с точки зрения культуры места. ИКОМОС рекомендует, чтобы определение культурного туризма основывалось на важности туризма, туристской мотивации, опыте и цели, чтобы можно было увидеть полный набор элементов культурного туризма, показывающий связь туризма с историческим наследием.⁹⁷

Хартия туризма (международный правовой акт, регулирующий туристскую деятельность, 1999) предлагает, чтобы культурный туризм освещал традиционные обычаи, образ жизни, индустрию, живописные места, ценности и развлечения, местные культурные реликвии, музеи и другие туристские направления.⁹⁸

ЮНЕСКО (2011) рассматривает культурный туризм как процесс и определяет, что культурный туризм должен понимать культурную среду, включая ландшафт, изобразительное и исполнительское искусство, уникальный местный образ жизни, ценности, традиции, события и другие творческие и культурные изменения.⁹⁹

В дополнение к определению упомянутых концепций культурного туризма, многие иностранные эксперты также сформулировали собственные определения. Роберт Макинтош (1977), например, впервые предложивший концепцию культурного туризма, он понимал этот термин в широком смысле. Он считает, что «культурный туризм включает в себя все аспекты туризма, из которых туристы могут узнать об истории и наследии других людей, а также о своей современной жизни и мышлении».¹⁰⁰

Себальос-Ласкурейн (Ceballos-Lascurain, 1987) определил культурный туризм как «небольшое количество туристов, изучающих знания о природной

97 李海龙. 文化引致旅游: 对文化旅游概念的系统重构 / 李海龙 // 河南教育学院学报. – 2013. – 第 32 卷, № 5. – 第 28–31 页. – Ли, Хайлун. Культура способствует развитию туризма: систематическая реконструкция концепции культурного туризма / Хайлун Ли // Журнал Института образования провинции Хэнань. – 2013. – Т. 32, № 5. – С. 28–31.

98 任斐. 文化旅游竞争力研究现状与展望 / 任斐, 杨冉冉 // 中国旅游科学年会. – 2019. – № 4. – 第 345–353 页. – Жен, Фэй. Текущее состояние и перспективы исследований конкурентоспособности культурного туризма / Фэй Жен, Жанжан Ян // Ежегодная конференция китайской туристской науки. – 2019. – № 4. – С. 345–353.

99 Cultural attractions and European tourism / ed. by G. Richards ; Department of leisure studies, Tilburg University, Tilburg, The Netherlands. – Wallingford : CABI Pub, 2001. – 259 p.: ill.

100 任冠文. 文化旅游相关概念辨析 / 任冠文 // 旅游论坛. – 2009. – 第 2 卷, № 2. – 第 159–162 页. – Жен, Гуаньвэнь. Дискриминация понятий, связанных с культурным туризмом / Гуаньвэнь Жен // Туристский форум. – 2009. – Т. 2, № 2. – С. 159–162.

среде, способах содействия устойчивому развитию окружающей среды и желающих понять культуру, связанную с ней». Здесь культурный туризм можно рассматривать как часть экотуризма (Крис Райан, 2002).¹⁰¹

По мнению Ю. Хурри, (Heurvy 1990, 1995) и Н. Х.Х. Грабурн (Graburn, 1989), культурные туристы – это люди с сильными ностальгическими эмоциями и сильным любопытством к необычному «чему-то». В этом смысле культурные туристы очень отличаются от массовых туристов. Ученые считают, что культурный туризм – это потребление «разнородных» вещей.¹⁰²

Джеффри Уолл (Geoffrey Wall, 1996) считает, что культурный туризм должен быть определен с точки зрения понимания туристов, то есть в нее должна быть включена идеология туристов. Это определение акцентирует внимание на мотивации путешествий, то есть на движении туристов «к культурному ландшафту».¹⁰³ Оно дает не только концептуальное, но и техническое определение, которое согласуется с международной практикой теоретических исследований, то есть: «Объект исследования должен не только определять концепцию, обеспечивать теоретическую основу для описания основных характеристик этой концепции, но и давать техническое определение для дальнейшего уточнения содержания и объема концептуального определения. Специфические классификационные показатели делают объекты детализированными и удобными для практической эксплуатации».¹⁰⁴

Подводя итог ранее прозвучавшим высказываниям отметим, что для европейской и американской науки культурный туризм - это один из видов туризма и туристской деятельности, основанной на опыте культуры. Туристы узнают об истории и наследии, а также о своей современной жизни, мыслях и других культурных процессах через культурный туризм. Важным представляется вывод о том, что культурный туризм может включать в себя аспекты других видов туризма.

Российские представления о культурном туризме

101 Ceballos-Lascurain, H. The Future of ecotourism / H. Ceballos-Lascurain // Mexico Journal. – 1987. – January. – P. 13–14.

102 Graburn, N. H. H. Tourism: The sacred journey / N. H. H. Graburn // Hosts and guests: the anthropology of tourism / ed. by V. L. Smith. – Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1989. – P. 21–36.

103 郭丽华. 略论 «文化旅游» / 郭丽华 // 北京第二外国语学院学报. – 1999. – № 4. – 第 42-45 页. – Го, Лихуа. О «Культурном туризме» / Лихуа Го // Журнал Пекинского университета международных исследований. – 1999. – № 4. – С. 42–45.

104 刘宏燕. 文化旅游及其相关问题研究 / 刘宏燕 // 社会科学家 (旅游经济理论与实践). – 2005. – № 2. – 第 430–433 页. – Лю, Хуньянь. Исследования по культурному туризму и смежным вопросам / Хуньянь Лю // Социолог (Экономическая теория и практика туризма). – 2005. – № 2. – С. 430–433.

Культурный туризм активно рассматривается в работах российских ученых, значительное число работ появилось в начале XXI века.¹⁰⁵ Например, Толковый словарь туристский терминов дает следующее определение: культурный туризм – это туристские поездки, основной целью которых является удивление познавательно – культурных интересов.¹⁰⁶

Приведем несколько наиболее значимых для нас позиций исследователей, свидетельствующих об отечественном понимании этого феномена. Например, А.А. Карамашева (2004) показывает, что эффективность культурного туризма как способа обеспечения досуговой деятельности человека заключается не только в отдыхе и релаксации, но и в поддержании социального статуса и самореализации индивида, адаптации человека в изменяющемся мире. С точки зрения исследователя, сущность культурного туризма заключается во влиянии на духовную и социальную сферы общества.¹⁰⁷

М.Ц. Цыбикжапова (2005) считает, что это материальные формы и духовные компоненты прошлой и настоящей культуры разных народов, удовлетворяющие духовные потребности туристов, вызывают интерес и мотивацию к путешествию. Продукт культурного туризма – это потребительский комплекс, который включает набор материальных и нематериальных ценностей, потребляемых туристами.¹⁰⁸

А. В. Алхутова (2009) понимает туризм как способ диалога культур помогает расширению спектра индивидуального, личностного опыта. При этом эвристическая, творческая функция является важнейшей из социально значимых функций культурного туризма.¹⁰⁹

М. Д. Сущинская (2010) отмечает, что «основой культурного туризма» служит историко-культурное богатство страны, включающее всю социокультурную среду с традициями, обычаями, ценностями.¹¹⁰ На наш взгляд, это утверждение показывает, что культурный туризм не обязательно должен быть

105 Меркушева, Е. В. Проблема терминологии культурного туризма / Е. В. Меркушева // Система ценностей современного общества. – 2010. – № 12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-terminologii-kulturnogo-turizma> (дата обращения: 12.08.2021).

106 Толковый словарь туристских терминов : Туризм. туристская индустрия. туристский бизнес / АО «ЦСТЭ-интур», Рос. междунар. ин-т туризма ; авт.-сост. И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – Москва ; Афины : Infogroup. – 407 с.

107 Карамашева, А. А. Культурный туризм и его значение в социокультурном развитии регионов в условиях глобализации : дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / А. А. Карамашева. – Москва, 2004. – 162 с.

108 Цырендоржиева, Ц. М. Организационно-экономические особенности функционирования и развития культурного туризма : дис. ... канд. экономических наук : 08.00.05 / Ц. М. Цырендоржиева. – Москва, 2005. – 176 с. : ил.

109 Алхутов, А. В. Туризм как способ взаимодействия культур : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / А. В. Алхутов. – Краснодар, 2009. – 22 с.

110 Сущинская, М. Д. Культурный туризм: учебное пособие / М. Д. Сущинская. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

представлять собой лишь накопление знаний о традициях и обычаях, он состоит из двух важных частей – культуры и туризма.

А. М. Селиваненко (2015) полагает, что «Культурный туризм» является одной из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей экономики, обеспечивает устойчивое социально-экономическое развитие территорий, служит оздоровлению социальной обстановки в городе, созданию новых рабочих мест во многих странах мира. Культура способна вызвать у потенциальных туристов сильнейший побудительный мотив к путешествию.¹¹¹ Мы считаем, что определение культурного туризма в этом отрывке больше ориентировано на экономические инструменты.

Г. Н. Москалевич (2016) считает, что процесс познания культуры проявляет себя именно в туризме. Это важнейший механизм межкультурных процессов, с помощью которых проявляется культурное разнообразие и культурное наследие.¹¹²

Д. А. Мищенко (2018) и Н. Г. Денисов считают, что на протяжении многих столетий человек жил с мыслью о том, насколько важно оставить память о прошлом последующим поколениям для понимания значимости того, чем и как жили их предки. Начиная с предметов быта и заканчивая архитектурой, все имело свою ценность – как внешне, так и внутренне. Суть была не только в создании, но и в сохранении духовной жизни народа. Культурный туризм обладает отличительной спецификой, которая накладывает индивидуальный отпечаток на формирование определенной туристской направленности, на качественное обучение и подготовку специалистов в областях познания и формирования истории, включая создание подходящей теоретической и практической базы для познания культуры человеком.¹¹³

М. Ю. Стрижнёва (2018) утверждает, что создание дискурса культурного туризма было, в частности, связано с политическими, территориальными и этическими соображениями, которые ни в коей мере не учитывали мнения и интересы самих туристов и деловых кругов. Сюда относятся не только объективно

111 Селиваненко, А. М. «Культурный туризм» как одна из форм сохранения памятников архитектуры и истории / А. М. Селиваненко // Научное мнение. – 2015. – № 8–1. – С. 182–185.

112 Москалевич, Г. Н. Туризм как способ взаимодействия культур / Г. Н. Москалевич // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом : материалы III Междунар. науч.-практ. интернет-конф. – Чита, 2016. – С. 395–402.

113 Мищенко, Д. А. Культурный туризм как эффективный способ межкультурной коммуникации / Д. А. Мищенко, Н. Г. Денисов // Культура и время перемен. – 2018. – № 3. – С. 9.

существующие объекты туризма, но традиции, образ жизни, социальная среда, язык.¹¹⁴

Таким образом, российские ученые, наряду с общемировыми представлениями, придерживаются несколько иного исследовательского подхода к определению культурного туризма. Ключевыми позициями становится демонстрация духовных и материальных культурных ценностей, таких как удовлетворение духовных потребностей, культурное познание и культурный обмен. Подчеркивается важность культурного туризма для выстраивания диалога культур, межкультурных коммуникаций, сохранения этнического своеобразия. Российские исследователи в последнее десятилетие обращают внимание на взаимодействие культурного туризма с экономическими инструментами. Обратим также внимание на то, что культурный туризм рассматривается российскими исследователями в основном с практико-ориентированной точки зрения, тогда как фундаментальное научное осмысление применительно к отечественным реалиям до сих пор не сделано.

Китайские представления о культурном туризме

Обратим внимание на то, что уже в определении заложен процесс взаимодействия между разными отраслями. Считается, что самое раннее упоминание понятия «культурный туризм» в Китае было дано исследователем Вей Сяоань (1987). Однако автор не дал четкого определения понятия «культурный туризм», а лишь упомянул, что «для туристов туристская деятельность является высокоэкономичной культурой».¹¹⁵ Для туристских операторов туризм стал высококультурным экономическим мероприятием. Акцент на культурных особенностях туристской индустрии заключается именно в том, чтобы обеспечить более плавное достижение комплексных целей, главным образом экономических. Культурно-туристская деятельность в Китае воплощается в таких аспектах, как институциональная культура, традиционная культура, национальная культура и народная культура.¹¹⁶

114 Стрижнева, М. Ю. Институциональный дискурс и культурный туризм: лингвокультурологические корреляции / М. Ю. Стрижнева, Л. М. Бузинова, С. И. Зиборов // Научные ведомости БелГУ. Сер. : Гуманитарные науки. – 2018. – Т. 37, № 4. – С. 562–572.

115 苏彩云. 旅游文化概念的新界定 / 苏彩云 // 旅游管理研究(旅游纵览). – 2015. – № 2. – 第 54 页. – Су, Цайюнь. Новое определение понятия «культура туризма» / Цайюнь Су // Исследования в области управления туризмом (Обзор туризма). – 2015. – № 2. – С. 54.

116 王文祥. 文化旅游产业国内外研究综述 / 王文祥 // 学术交流. – 2010. – № 11. – 第 122–124 页. – Ван, Вэньсян. Отечественные и зарубежные исследования индустрии культурного туризма / Вэньсян Ван // Академический обмен. –

Хэ Лин (2002) и Ли Хайлун (2013) считают, что понимание специфики представлений о феномене культурного туризма в Китае требует обращения к общепринятым определениям культурного туризма как вида туризма, который представляет собой крупномасштабную туристскую деятельность, объединяющую политику, экономику, образование и технологии.^{117 118}

Исследователи Сяо Хун (肖宏), Ян Чуньюй (杨春雨) и Сун Фуцзюань (宋福娟) (2013) считают, что общая структура культурных ресурсов подразумевает необходимость создания модели развития нового типа туризма и местного культурного наследия (исследование регионов).¹¹⁹

Отметим, что китайские учебники или монографии, использующие в названии словосочетание «культурный туризм», встречаются редко. Имеющаяся в настоящее время информация указывает на то, что в первой главе единственного «Отчета индустрии культурного туризма Китая за 2015 г.» само понятие «культурный туризм» появляется дважды. Во-первых, культурный туризм здесь – это процесс восприятия, понимания и наблюдения за конкретными объектами человеческой культуры посредством туризма. Во-вторых, культурный туризм – это «творческая индустрия, которая содержит живую культуру, созданную человеческим фактором».¹²⁰

Результаты исследований китайских ученых в области моделей развития культурного туризма становятся многочисленными после 2006 г. Согласно «Обзору исследований культурного туризма и культурных концепций туризма» Вэнь Цзуньцзя (2016), можно видеть, что в основном существуют следующие концепции культурного туризма. Во-первых, культурный туризм является продуктом маркетинга. Во-вторых, культурный туризм – это вид туризма. В-

2010. – № 11. – С. 122–124.

117 李海龙. 文化引致旅游: 对文化旅游概念的系统重构 / 李海龙 // 河南教育学院学报. – 2013. – 第 32 卷, № 5. – 第 28–31 页. – Ли, Хайлун. Культура способствует развитию туризма: систематическая реконструкция концепции культурного туризма / Хайлун Ли // Журнал Института образования провинции Хэнань. – 2013. – Т. 32, № 5. – С. 28–31.

118 贺麟. 文化与人生 / 贺麟. – 北京: 商务印书馆, 2017 年. – 共 412 页. – Хэ, Лин. Культура и жизнь / Лин Хэ. – Пекин: Коммерческая пресса, 2017. – 412 с.

119 肖宏. 文化旅游概念与模式研究现状分析 / 肖宏, 杨春宇, 宋富娟 // 旅游管理研究. – 2013. – № 9. – 第 60–61 页. – Сяо, Хун. Исследования концепции и модели культурного туризма / Хун Сяо, Чуньюй Ян, Фуцзюань Сун // Исследования в области управления туризмом. – 2013. – № 9. – С. 60–61.

120 中国文化旅游产业报告 / 主编: 陈少峰, 王起, 王建平. – 华文出版社, 2015. – 第 9–20 页. – Отчет об индустрии культурного туризма Китая / ред. Чэнь Шаофэн, Ван Ци, Ван Цзяньпин. – [Б. м.]: Китайский издательский дом, 2015. – С. 9–20.

третьих, культурный туризм – это процесс туристской мотивации. В-четвертых, весь туризм, как явление, считается культурным туризмом.¹²¹

Отношение в Китае к культурному туризму также отражено в «Тринадцатом пятилетнем плане развития туризма» (2016), принятом Государственным советом Китая. Здесь приводятся сведения о происхождении и определении китайского культурного туризма.¹²²

В статье «Атрибуты индустрии культурного туризма и стратегия развития на примере города Чэнду» исследователь Чэнь Юнчжэн (2020)¹²³ считает, что фундаментальное различие между культурным туризмом и другими видами туризма заключается в том, что культурный туризм имеет созидательную инициативу, несет креативный посыл. «Душой культурного туризма является творчество», – утверждает автор. Возможно данное определение не несет полного набора характеристик, но оно достаточно выразительно выделяет основные черты культурного туризма. Данная точка зрения расширяет причины мотиваций, туристского потребления, а также туристских продуктов.¹²⁴

Таким образом, европейские и американские ученые рассматривают в основном культурный туризм как посещение объектов культурного наследия и туристских мероприятий с выдающимися культурными особенностями, такими как народные обычаи, образ жизни и живописные места. Российские исследователи часто обращают внимание на продвижение культурных ценностей, межкультурные обмены, также подчеркивается роль культурного туризма в экономике. Китайские ученые расширили определение культурного туризма, которое понимается как творческая отрасль, включающая в себя экономику, культуру и другие виды туризма. Они рассматривают культурный туризм как отрасль, представляющую собой сочетание индустрии культуры и индустрии туризма.

121 文君彩. 基于文化旅游与旅游文化概念的研究综述 / 文君彩 // 文化旅游 (知识经济). – 2016 年. – № 4. – 第 80 页. – Вэнь, Цзюнькай. Итоги исследования, основанные на концепции культурного туризма и туристской культуры / Цзюнькай Вэй // Культурный туризм (Экономика знаний). – 2016. – № 4. – С. 80.

122 国务院关于印发《十三五》旅游业发展规划的通知: 中华人民共和国中央人民政府官网. – 2016. – № 70. – URL: http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-12/26/content_5152993.htm (дата обращения: 28.05.2021). – Уведомление Государственного совета о выпуске плана развития туризма «Тринадцатый пятилетний план» // Официальный веб-сайт Центрального народного правительства Китайской Народной Республики. – 2016. – № 70.

123 郭璇. 国内文化旅游品牌化研究综述 / 郭璇 // 农业科技与信息. – 2007. – 12 月 20 号. – 第 73–75 页. – Го, Сюань. Обзор исследований брендинга внутреннего культурного туризма / Сюань Го // Сельскохозяйственные и информационные технологии. Ганьсу. – 2007. – 20 декабря. – С. 73–75.

124 Чжан, Цзянь. Особенности развития культурного туризма в Китае / Цзянь Чжан // Социально-гуманитарные науки в информационном обществе: перспективы и потенциал: сб. науч. тр. по материалам междунар. науч.-практ. конф. 24 дек. 2020 г. – Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. – С. 101–105. – URL: <https://apni.ru/article/1630-osobennosti-razvitiya-kulturnogo-turizma> (дата обращения: 25.05.2020).

В результате, в рамках данного исследования культурный туризм определяется с двух позиций: как часть культуры, основанная на региональных и исторических различиях, процессах столкновения и взаимодействия культур. Это своего рода проявление «любопытства» к иным культурным ценностям, деятельность, при которой люди покидают место своего проживания, чтобы удовлетворить культурные потребности, посещают места с культурными ресурсами (исторические места, художественные и культурные мероприятия). С другой стороны, это туристская деятельность, которая использует культурный ресурс и участвует в культурной деятельности в качестве основной цели, при этом она сопровождается экономической деятельностью. Для нас наиболее значимым является то, что культурный туризм «объединяет в себе широкий спектр потребительской туристской деятельности, формирующей понимание отличительных характеристик отдельной дестинации, будь то культурно-историческое наследие, современное искусство, повседневный стиль жизни, а также бизнес-практики, обеспечивающей доступность и интерпретацию культуры дестинации».¹²⁵

Виды культурного туризма

Наряду с различиями в понимании сущности культурного туризма исследователями разных стран, существуют также и разные подходы к выявлению видов и типов культурного туризма. Во многом это связано с тем, что в настоящее время все еще происходит процесс осмысления культурного туризма, а поэтому обобщающих исследований недостаточно. Чаще всего исследования в области культурного туризма носят прикладной характер и рассматриваются в контексте практической туристской деятельности и обучения туризму и гостеприимству.

Приведем в пример исследование В. В. Лихановой и О.А. Лях, в котором описаны некоторые виды культурного туризма, как части туристской деятельности. Исследователи выделяют культурно-исторический туризм, культурно-религиозный туризм, культурно-событийный туризм, культурно-этнографический туризм, культурно-экологический туризм, культурно-археологический туризм, культурно-индустриальный туризм, военный туризм, гастрономический туризм,

¹²⁵ Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие / М. Д. Сущинская. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

агрокультурный туризм и т. д.¹²⁶ В данном случае показательно обобщение, сделанное М.Д. Сущинской в рамках учебного пособия, где она выделяет экоккультурный туризм, креативный туризм, туризм впечатлений, событийный туризм, арт-туризм, тематический туризм, туризм наследия и т. д.,¹²⁷ а также исследование С.А. Красной,¹²⁸ где автор рассматривает различные теоретические аспекты культурного туризма, в частности приводит общепринятые в российской практике классификации.

Обратим внимание на приставку «культурно» к экологическому, индустриальному туризму, а также отнесение к культурному туризму военного, гастрономического и агрокультурного туризма. Все это свидетельствует о указанных ранее взаимосвязях между разными видами туризма.

Приведем еще несколько примеров. Фу Юньсинь делит культурный туризм на историко-культурный, народно-культурный, арт-культурный, региональный культурный туризм и др.¹²⁹ Лю Шуся делит культурный туризм на историко-культурный, народно-культурный, религиозно-культурный, региональный культурный туризм и др.¹³⁰

Проблема классификации видов культурного туризма связана с тем, что исследователями выбираются разные критерии, лежащие в основе классификаций. На основе принятых среди российских и китайских исследователей типологий, ниже предпринята попытка распределения популярных на данный момент видов культурного туризма в Китае.

1. С географической точки зрения, культурный туризм в Китае делится на внутренний культурный туризм (путешествия по Китаю) и выездной туризм (внешний – путешествия в другие страны, за пределы Китая).

126 Лиханова, В. В. Культурный туризм в Забайкальском крае как фактор развития туристкой дестинации / В. В. Лиханова, О. А. Лях // Гуманитарный вектор. – 2019. – Т. 14, № 4. – С. 133–142.

127 Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие / М. Д. Сущинская. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

128 Красная, С. А. Культурный туризм: просветительская сущность и факторы развития : дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / С. А. Красная. – Москва, 2006. – 165 с.

129 傅云新. 旅游学概论 (第二版) / 傅云新 // 暨南大学出版社. -2011. - 第 10-14 页. (共 242 页) . Фу Юньсинь. Введение в туризм (второе издание) / Фу Юньсинь // Издательство Цзинаньского университета. -2011.-С. 10–14. (Всего 242 с.).

130 刘曙霞. 旅游学概论 / 刘曙霞 // 南京大学出版社. (高等院校 «十三五规划» 应用型教材). – 2018. - 第 6-9 页. (共 211 页) . Лю Шуся. Введение в туризм / Лю Шуся // Издательство Нанкинского университета. (Практический учебник «13-го пятилетнего плана» для высших учебных заведений). - 2018.- С 6–9. (Всего 211.).

2. С точки зрения времени, его можно разделить на историко-культурный туризм (историческое наследие, обычаи и т.д.), современный культурный туризм (фестивали и др. культурные мероприятия, современное искусство и т.д.)

3. С культурной точки зрения самыми популярными являются следующие виды туризма: арт-туризм, религиозный (духовный) туризм, тематический туризм, историко-культурный туризм, экоккультурный туризм (например, экологические и живописные места обитания Ли и Мяо на острове Хайнань, особенности культуры португальцев в китайском городе Аомэнь и т.д.), а также условно обозначенная группа культура-экономический туризм, включающий формирующиеся в настоящее время новые формы культурного туризма.¹³¹

В таблице 1.1. представлено обобщение рассматриваемых видов культурного туризма, с учетом сущностных характеристик объектов и видов туристской деятельности. Ниже дано подробное описание каждой группы.

Таблица 1.1. Характерные виды современного культурного туризма в Китае

Вид туризма	Характеристика	Объекты и виды туристской деятельности
Арт-туризм	Процесс реализации культурного туризма в сфере художественного творчества.	Фестивали искусств, эстрадные и иные шоу, премьерные показы, художественные выставки, художественная архитектура и т. д.
Религиозный (духовный) туризм	Процесс реализации культурного туризма в религиозной сфере или проект культурного туризма, осуществляемый в процессе религиозного поклонения.	Религиозное поклонение, ритуалы, религиозные здания и сооружения, пища, сувениры и другие культурные туристские мероприятия, связанные с религией, паломничеством.
Тематический туризм	Тип культурного туризма, основанный на определенной теме или построенный вокруг одной или нескольких тем. Целенаправленное формирование ценности культурного туризма вокруг определенной темы.	Культурные тематические парки, культурные тематические индустриальные парки, эксклюзивные маршрутные туры с культурной тематикой, связанные с культурным туризмом мероприятия на определенную тему и т. д.
Историко-культурный туризм	Реализует интерес туриста к прошлому, к признанным культурным ценностям, находящих выражение в	Историческое наследие (например, объекты культуры на территории древних городов и др. поселений, культурные

¹³¹ Лю Ин. Виды культурного туризма в Китае. Общество: философия, история, культура. – 2021. – №2. – С 107–111.

	аутентичных «памятниках» и традициях.	события, музеи и т. п.).
Экокульту рный туризм (новый вид)	Реализует интерес в формировании нового культурного опыта в форме деятельного участия в осуществлении традиционного уклада жизни места (сохранившегося, реконструированного или современного)	Ведение традиционного уклада жизни на «исторической» месте. Знакомство с традиционной, культурой питания и народной культурой.
Культурно - экономиче ский туризм	Автор считает, что это новый гибридный вид туризма, содержит элементы экономики и культуры. Культурно-экономический туризм рассматривается как особая форма туристской деятельности, где культура выступает в качестве наполнения, а экономика становится инструментом продвижения культурных элементов. Этот вид туризма может рассматриваться с культурной или экономической позиции в зависимости от различных мотивов туристов и разных точек зрения исследователей, которые могут отнести данную гибридную форму и к экономическому туризму, и к культурному. В монографии он изучается как часть культурного туризма.	игорный туризм (азартный), выставочный туризм, шоппинг туризм.

Арт-туризм. Диапазон достопримечательностей, представляющих интерес для туристов с соответствующей мотивацией посещения, весьма широк и включает в себя посещение художественных галерей и выставок, драматических, оперных и балетных спектаклей, поп-концертов, фольклорных фестивалей и уличных представлений, студий художников и мастерских ремесленников, культурно-креативных кварталов и мест, ассоциирующихся с известными литературными произведениями или кинофильмами и т.п.¹³² М. Д. Сущинская считает что,

¹³² Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие / М. Д. Сущинская. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

искусство незаменимо в культурном туризме, поэтому оно существует в любом виде культурного туризма.¹³³

Например, такими культурными объектами в Китае становятся казино «Casino Lisboa» в Аомэне, Шанхайский научный музей, Шанхайская Жемчужина Востока, Водный мир «Санья Атлантис» и т. д. Эти уникальные памятники современной архитектуры, а также продаваемые в них художественные сувениры, проводимые здесь различные мероприятия и т. д. – все это ценные ресурсы культурного туризма.

Религиозный (духовный) культурный туризм. С улучшением культурных, духовных и медицинских аспектов жизни людей, религиозный туризм постепенно стал популярным.¹³⁴ Религиозный культурный туризм имеет два значения: религиозное и нерелигиозное. «Религиозное» означает паломническую деятельность¹³⁵, осуществляемую в результате сближения религии и туризма. «Нерелигиозное» означает, что различные типы туристов знакомятся с религиозной культурой. Туристская деятельность осуществляется ими с целью изучения тайн, ощущения религиозной атмосферы, увеличения знаний, а также отдыха. Величественный храм, уникальный стиль живописи и скульптуры, музыка и философские легенды – все это содержит богатые культурные коннотации. Религия оставила большое количество материального и духовного богатства современным людям и их потомкам.¹³⁶ Эти туристские ресурсы имеют большую историческую и культурную ценность.

Ли Мингмей и Сунь Ян указывают, что «религиозная культура – это система убеждений, которая верит в сверхъестественные силы, и она также является неотъемлемой частью мировой культурной системы. Религиозная культура является символической, национальной. По сравнению с другими формами культурного туризма религиозный туризм имеет определенные особенности, а

¹³³ Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие / М. Д. Сущинская. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

¹³⁴ 马进福. 我国的宗教旅游资源及深度开发 / 马进福 // 陕西师范大学学报. – 1997. – № 1. – 第 107–112 页. – Ма, Цзиньфу. Ресурсы религиозного туризма моей страны и их глубокое развитие / Цзиньфу Ма // Журнал университета Шэньси. – 1997. – № 1. – С. 107–112.

¹³⁵ Боголюбов, В. С. Организация специальных видов туризма / В. С. Боголюбов. – Санкт-Петербург : СПбГИЭУ, 2010. – 116 с.

¹³⁶ 王志华. 世界佛教文化遗产旅游体验价值研究 / 王志华 // 旅游纵览. – 2016. – № 2. – 第 15–16 页. – Ван, Чжихуа. Исследование ценности мирового буддийского культурного наследия для туристского опыта / Чжихуа Ван // Обзор туризма. – 2016. – № 2. – С. 15–16.

религиозная культура является основой для развития религиозного туризма»^{137 138} Особая культурная атмосфера, создаваемая религиозным туризмом, воздействует на физические и духовные ощущения туристов.

Тематический туризм. Тип культурного туризма, основанный на определенной теме или построенный вокруг одной или нескольких тем.¹³⁹ В Китае активно создаются тематические парки, новые районы культуры и города культурного туризма. Го Цюаньчжуна считает, что парки культуры – это все кластеры культурного туризма, построенные с использованием творческих индустрий и промышленных кластеров.¹⁴⁰ Популярными тематическими городами и экотуризм являются новыми туристскими тенденциями. Российские исследователи отмечают эту тенденцию по отношению российских городов. Так, М.В. Васинская в статье «Культурный туризм в Петродворце в 1960-е гг.» рассматривает культурный туризм в СССР в 1960-е гг. на примере дворцов-музеев и парков Петродворца, которые уже тогда были одними из лидеров в этой области. Выявленные особенности позволяют исследователю проследить основные тенденции того времени в работе музеев и парков культуры и отдыха.¹⁴¹

В Китае Вэй Сяоань считает, что очень важно развивать тематический туризм.¹⁴² Чжан Юньлуна указывает, что, в культурных тематических парках в полной мере используются китайские элементы, при помощи которых осуществляется интеграция с местной народной культурой.¹⁴³

Культурные тематические города являются одним из видов развивающегося культурного туризма. Например, «Красный туризм»¹⁴⁴ Китая. Этот вид туризма

137 李明媚. 论我国宗教文化旅游 / 李明媚 // 旅游发展. – 2011. – 第 10 卷. – № 3. – 第 99–102 页. – Ли, Минмэй. О религиозно-культурном туризме в моей стране / Минмэй Ли // Развитие туризма. – 2011. – Т. 10, № 3. – С. 99–102.

138 孙洋. 论宗教旅游与跨文化交流 / 孙洋 // 吉林工商学院学报. – 2014. – 第 30 卷, № 1. – 第 32–35 页. – Сунь, Ян. О религиозном туризме и межкультурной коммуникации / Ян Сунь // Журнал Цзилиньского института бизнеса и технологий. – 2014. – Т. 30, № 1. – С. 32–35.

139 文旅智谈十二篇 / 主编:赖春梅;博雅方略研究院. – 北京出版社, 2019. – 第 414 页. – Двенадцать бесед о культурном туризме / ред. Лай Чуньмэй; Институт гуманитарных исследований и стратегии. – Пекин: Пекинский Издательский Дом, 2019. – 414 с.

140 郭全中. 我国文化产业园区研究 / 郭全中 // 新闻界(产经论坛). – 2012. – № 18. – 第 62–67 页. – Го, Цюаньчжун. Исследование парков культурной индустрии в Китае / Цюаньчжун Го // Пресса (Санкей Форум). – 2012. – № 18. – С. 62–67.

141 Васинская, М. В. Культурный туризм в Петродворце в 1960-е гг. / М. В. Васинская // Вестник СПбГИК. – 2019. – № 4. – С. 28–32.

142 魏小安. 特色小镇与旅游发展 / 魏小安 // 商业观察. – 2017. – № 4. – 第 76–81 页. – Вэй, Сяоань. Характерные города и развитие туризма / Сяоань Вэй // Наблюдение за бизнесом. – 2017. – № 4. – С. 76–81.

143 张云龙. 城市文化主题公园景观营造 / 张云龙 // 现代园. – 2016. – № 4. – 第 101 页. – Чжан, Юньлун. Ландшафтное строительство городского культурного тематического парка / Юньлун Чжан // Современный парк. – 2016. – № 4. – С. 101.

144 文旅智谈十二篇 / 主编:赖春梅;博雅方略研究院. – 北京出版社, 2019. – 第 414 页. – Двенадцать бесед о культурном туризме / ред. Лай Чуньмэй; Институт гуманитарных исследований и стратегии. – Пекин: Пекинский Издательский

представляет собой поездки в такие места, как Революционная база Красной армии. «Красный туризм» основан на посещении мемориальных мест и достопримечательностях, созданных руководством коммунистической партии Китая, а также людьми во время революции и войны. Всемирная туристская организация отмечает, что тематические культурные города представляют собой текущую или будущую тенденцию развития туризма, а туристские проекты, основанные на культурных темах, имеют много возможностей для выживания и развития.

Историко-культурный туризм. Историко-культурный туризм – это перемещение туристов за пределы их постоянного места проживания, мотивированное интересом к культурным достопримечательностям, включая культурные события, музеи и исторические места, художественные галереи, музыкальные и драматические театры, концертные площадки и места обычного времяпрепровождения местного населения, которые отображают историческое наследие, инновационное художественное творчество, исполнительское искусство, традиционные ценности, виды деятельности, повседневный стиль жизни резидентов. Цель таких посещений – получение новейшей информации, опыта и впечатлений для удовлетворения культурных потребностей.¹⁴⁵ Комитет всемирного наследия признает историко-культурный туризм одним из видов культурного туризма.¹⁴⁶ Исследователь Е Жэньцзе,¹⁴⁷ Сюн Линмана,¹⁴⁸ Сишу Лю Юйсяо,¹⁴⁹ Лян Цзюня¹⁵⁰ и Тан Либао¹⁵¹ указывают, что историко-культурное наследие — это важнейшая часть материальной и духовной культуры Китая.

Дом, 2019. – 414 с.

145 Фомина, Е. Д. Историко-культурный туризм / Е. Д. Фомина // Инновационная наука. – 2016. – №11–1. – С. 328–241.

146 杨喜梅. 历史文化名城旅游开发探析 / 杨喜梅 // 旅游纵览. – 2016. – № 12. – 第 100 页. – Ян, Симэй. Исследования по развитию туризма в историко-культурных городах / Ян Симэй // Туристский обзор. – 2016. – № 12. – С. 100.

147 叶仁杰. 名人故居文化旅游产品的开发研究-以吴昌硕故居为例 / 叶仁杰 // 经济研究导刊. – 2019. – № 10. – 第 170–171 页. – Е, Жэньцзе. Исследования по развитию продуктов культурного туризма в бывшей резиденции знаменитостей: на примере бывшей резиденции У Ченгэна / Жэньцзе Е // Экономическое исследование. – 2019. – № 10. – С. 170–171.

148 熊林蔓. 名人故居旅游开发解析-以吴昌硕故居为例 / 熊林蔓 // 文艺生活 (理论新探). – 2014. – № 10. – 第 261 页. – Сюн, Линьмань. Анализ развития туризма в бывшей резиденции знаменитостей на примере бывшей резиденции У Чаншо / Линьмань Сюн // Литературно-художественная жизнь (Исследования по теории). – 2014. – № 10. – С. 261.

149 刘雨道. 西蜀名人纪念园林及其纪念性研究 / 刘雨道 // 住宅与房地产. – 2015. – № 9. – 第 31 页. – Лю, Юйсяо. Мемориальный сад знаменитостей Сишу и его мемориальные исследования / Юйсяо Лю // Жилье и недвижимость. – 2015. – № 9. – С. 31.

150 梁俊. 历史文化遗产旅游发展策略研究 / 梁俊 // 理论与方法 (遗产与保护研). – 2017. – 第 2 卷. – № 2. – 第 58–60 页. – Лян, Цзюнь. Исследование стратегии развития туризма в области исторического и культурного наследия / Цзюнь Лян // Теория и метод (исследования в области наследия и защиты). – 2017. – Т. 2, № 2. – С. 58–60.

151 唐黎标. 故居类历史文化建筑在旅游业中的应用 / 唐黎标 // 上海房地. – 2017. – № 4. – 第 27 页. – Тан, Либао. Применение исторических и культурных построек в индустрии туризма / Либао Тан // Недвижимость Шанхая. – 2017. – № 4. – С. 27.

Например, в Китае это Гугун, Запретный город (бывший императорский дворец в Пекине), Великая Китайская стена, Шанхайский храм Чэнхуанмяо, дом-музей Тайпа в Аомэне (Аомэнь), район культурного туризма Наньшань в Хайнани и т. д. относятся к местам для посещения туристов в рамках историко-культурному туризму.

В Российской Федерации историко-культурный туризм проявляется во многих городах, самыми посещаемыми считаются Москва и Санкт-Петербург, которые могут предоставить путешественникам большое количество памятников архитектуры, исторических достопримечательностей и объектов культуры.^{152, 153}

Экокультурный туризм. Расширенное толкование экокультурного туризма позволяет включить в состав разные типы мест посещения и пребывания туристов.¹⁵⁴ Это могут быть, например, экскурсии по местам, где «консервируется» образ жизни предков (в соответствии с этнической, национальной или конфессиональной традицией, в которых туристы имеют возможность принять участие): дома, фермы, деревни, отдельные кварталы проживания людей). Второй тип локаций подразумевает возможность наблюдать современную трансформацию традиций, познакомиться с местной музыкой, танцами, кухней, социальными ритуалами, вступать в живое общение с местными жителями, получать языковые, гастрономические и др. навыки. Кроме того, адекватной формой экокультурного туризма может считаться участие в традиционных местных событиях, обучение местному фольклору, ремеслам и т. д.¹⁵⁵ «Экотуризм» сейчас является одним из самых популярных видов в туристской индустрии Китая. Вэй Сяоань¹⁵⁶ и Чэнь Цзинь отмечают, что в сравнении с традиционным туризмом, приближенным к природе, экокультурный туризм открывает новую эстетическую область.¹⁵⁷

Древние национальные обычаи – это общие традиции, хобби и табу, постепенно формируемые нацией за долгую историю и проявляющиеся главным

152 Фомина, Е. Д. Историко-культурный туризм / Е. Д. Фомина // Инновационная наука. – 2016. – №11–1. – С. 328–241.

153 杨喜梅. 历史文化名城旅游开发探析 / 杨喜梅 // 旅游纵览. – 2016. – № 12. – 第 100 页. – Ян, Симэй. Исследования по развитию туризма в историко-культурных городах / Ян Симэй // Туристский обзор. – 2016. – № 12. – С. 100.

154 Глушко, А. А. География туризма / А. А. Глушко, А. М. Сазыкин. – Владивосток : Изд-во Дальневост. ун-та, 2010. – 197 с.

155 Сушинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие / М. Д. Сушинская. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

156 魏小安. 特色小镇与旅游发展 / 魏小安 // 商业观察. – 2017. – № 4. – 第 76–81 页. – Вэй, Сяоань. Характерные города и развитие туризма / Сяоань Вэй // Наблюдение за бизнесом. – 2017. – № 4. – С. 76–81.

157 陈今. 基于原生态文化审美价值的闽东畲族生态文化旅游 / 陈今 // 宁德师范学院学报. – 2015. – № 1. – 第 12–14 页. – Чэнь, Цзинь. Эко-культурный туризм этнической группы Ше в Восточном Фуцзяне, основанный на эстетической ценности исконной экологической культуры / Цзинь Чэнь // Журнал педагогического университета Ниндэ. – 2015. – № 1. – С. 12–14.

образом в еде, одежде, проживании, свадебных традициях, праздниках, развлечениях, этикете, производстве, а также в традициях, связанных с рождением детей. Все это ценный ресурс культурного туризма, обладающий огромными преимуществами.

Культурно-экономический туризм. Об интересном взаимодействии культуры и экономики было сказано ранее в 1.1. Теперь рассмотрим некоторые явные последствия этого явления. В Китае в настоящее время исследователи пишут о культурно-экономическом туризме, как особой форме туристской деятельности, где культура выступает в качестве наполнения, а экономика становится инструментом продвижения культурных элементов.

Автор монографии исследования считает, что культурно-экономический туризм может быть гибридной туристской формой по типу «экокультурного» туризма и содержит в относительно равных долях элементы экономики и культуры. К таковым автор относит игровой туризм, выставочный туризм, шоппинг туризм. Точка зрения на эту разновидность зависит от мотивов туристов и предпочтения исследователи, которые могут отнести данную гибридную форму и к экономическому туризму и к культурному.

Культурный туризм – это совокупность туристских мероприятий, в которых объекты для осмотра, методы досуга и развлечений созданы туристскими операторами. Эти мероприятия направлены на получение туристами богатой культурной коннотации и туристского опыта. Всемирная туристская организация дала широкое определение «культурного туризма» в 1985 году - «культурный туризм включает в себя все аспекты туризма, благодаря которым туристы могут изучать историю и наследие, а также современную жизнь и ее идеи». ¹⁵⁸

В результате появляется возможность рассматривать в рамках данной монографии игровой, выставочный и шопинг-туризм в качестве культурно-экономического туризма. Эта точка зрения основывается на собственных убеждениях автора, а также подкрепляется мнениями исследователей, изучающих особенности туризма в Китае. Ма Сяоли¹⁵⁹ и Хуан Яньлин¹⁶⁰ пишут об

158 李海龙. 文化引致旅游: 对文化旅游概念的系统重构 / 李海龙 // 河南教育学院学报. – 2013. – 第 32 卷, № 5. – 第 28–31 页. – Ли, Хайлун. Культура способствует развитию туризма: систематическая реконструкция концепции культурного туризма / Хайлун Ли // Журнал Института образования провинции Хэнань. – 2013. – Т. 32, № 5. – С. 28–31.

159 马晓丽. 澳门文化及其研究述评 / 马晓丽 // 文哲史. – 1999 年. – 第 2 期. – 第 93–99 页. – Ма, Сяоли. Обзор культуры и исследований Аомэнь / Сяоли Ма // История литературы и философии. – 1999. – Т. 2. – С. 93–99.

экономических и культурных элементах, которые существуют в игорном туризме. Фанг Лупин¹⁶¹ пишет о значении культуры в выставочном туризме. Чжэн Шули¹⁶² и Чжао Юаньвэй¹⁶³ описывают влияние культурных элементов шоппинга на шоппинг-туризм.

Игорный и выставочный культурный туризм будут подробно рассмотрены в параграфах 2.2 и 2.3. Например, в Центральном регионе развиваются культурные бренды городов, выставочной индустрии, создаются культурные кластеры, которые выступают инновационным инструментом развития культурной индустрии. Международная культурная ярмарка Шёлкового пути в г. Дуньхуан (丝绸之路敦煌国际文化博览会), Международный туристский фестиваль Шелкового пути (丝绸之路国际旅游节), Фестиваль сельскохозяйственной культуры в г. Цинян (庆阳农耕文化节), Китайский фестиваль экологичного виноградного вина «Горный проход Хэси» (中国·河西走廊有机葡萄酒节) и др. 164 Такая модель туризма, которая объединяет экономическое и культурное развитие, подходит для современного развития Китая, которое не только улучшает экономическое развитие, но и способствует культурному прогрессу.

Изучение современных представлений о культурном туризме в странах Европы, США, России и Китае показало, что культурный туризм – это особый вид туризма, который представляет собой крупномасштабную туристскую деятельность, объединяющую политику, экономику, образование и технологии. Культурный туризм основан на региональных различиях, столкновении и гармоничном взаимодействии культур. Культурный туризм – процесс, посредством которого туристы испытывают культурную коннотацию туристских ресурсов. Это также одна из основных задач индустрии культурного туризма. Объект культурной

160 黄燕玲. 论澳门博彩旅游业的多元化 / 黄燕玲, 李郁 // 曹代港澳研究. – 2009年. – 第1期. – 第111–124页. – 西安, 贾妮林. 关于多元化产业在澳门博彩业的发展 / 贾妮林 贾妮林, 孙莉, 戴超 // 研究 孙莉 贾妮林 贾妮林. – 2009. – Т. 1. – С. 111–124.

161 方璐萍. «一带一路»背景下会展旅游融合发展研究 / 方璐萍 // 齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版). – 2020. – № 3. – 第65–70页. – Фанг, Лупин. Исследование комплексного развития конвенций, выставок и туризма на фоне «одного пояса и одного пути» / Лупин Фанг // Вестник Цицикарского университета (издание по философии и социальным наукам). – 2020. – № 3. – С. 65–70.

162 郑姝莉. 由«光棍节»至«购物节»: «双十一»在中国的文化传记 / 郑姝莉 // 中国青年研究. – 2017年. – 第5期. – 第22–29页. – Чжэн, Шули. От «Дня холостяков» до «Фестиваля шоппинга»: культурная биография «Double Eleven» в Китае / Шули Чжэн // Китайские молодежные исследования. – 2017. – № 5. – С. 22–29.

163 赵元蔚. 现代购物中心的文化解读 / 赵元蔚, 鞠惠冰 // 社会. – 2013年. – 第3期. – 第12–29页. – Чжао, Юаньвэй. Культурная интерпретация современных торговых центров / Юаньвэй Чжао, Хуйбинь Цзюй // Общество. – 2013. – Т. 3. – С. 12–29.

164 Ни, Цзяоцзяо. Феномен культурного бренда в современной китайской культуре : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Цзяоцзяо Ни. – Чита, 2019. – 25 с.

ценности имеет функцию стимулирования эстетического вкуса, дидактического познания и поддержания национальной и религиозной идентичности.

Наиболее популярными для Китая становятся несколько видов культурного туризма: арт-туризм; религиозный (духовный) культурный туризм, целью которого является исследование тайн, ощущение религиозной атмосферы, получение определенных знаний, релаксация или дань уважения религии; тематический туризм, который сочетает традиционную культуру с современными развлечениями, а также уникальную культурную коннотацию и природу определенной местности; историко-культурный туризм, который способствует сохранению истории и культуры посредством их защиты и развития; экокультурный туризм, целью которого является познания самобытной народной экологической культуры.

В рамках монографии автор предлагает использовать рабочее понятие «культурно-экономический туризм», как особую форму туристской деятельности, где культура выступает в качестве наполнения, а экономика становится инструментом продвижения культурных элементов, куда входят набирающие популярность в рассматриваемых СЭЗ Китая игорный, выставочный и шопинг-туризм.

1.2 Предпосылки развития современного культурного туризма Китая

Культурный туризм – это форма туризма, которая рассматривает культурное наследие и культурную деятельность страны или региона в качестве туристских ресурсов. Он имеет ярко выраженную этническую принадлежность и уникальность в содержании и форме. Также он отвечает психологическим потребностям туристов, которые являются его основой. Культурный туризм – это вид туристской деятельности и одно из важных направлений развития туризма. Благодаря культурному туризму и культурному участию люди не только узнают, но и понимают чужую культуру. С этим связано то, что туризм стал эффективным средством популяризации и сохранения культуры. Чтобы играть важную роль в продвижении туризма и сохранении культурного наследия, необходимо, чтобы развитие культурного туризма отражало не только уникальную местную культуру, но и привлекало туристов для участия и знакомства с ней.

Конечно, не все культурные ресурсы могут быть использованы для туризма. С возрождением и развитием традиционной китайской культуры культурный туризм, который продвигает народные традиции и демонстрирует национальный стиль, привлекает все большее внимание.

Развитие китайского культурного туризма изучается с учетом трех основных критериев: защиты и наследования культуры, развития и использования культуры, а также продвижения и популяризации культуры.

Культурные ресурсы

Основным условием развития культурного туризма является исторический и культурный потенциал той или иной страны, уровень организации доступа к нему для всех интересующихся, а также комфорт проживания туристов. В число объектов культурного туризма входят как культурно-историческое наследие (исторические территории, архитектурные сооружения и комплексы, зоны археологических раскопок, художественные и исторические музеи, народные промыслы, праздники, бытовые обряды, выступления фольклорных коллективов), так и актуальная культура сегодняшнего дня (преимущественно художественная, но также и образ жизни населения: кухня, костюм, особенности гостеприимства и пр.).¹⁶⁵

Важнейшей предпосылкой для развития культурного туризма являются ресурсы этого туризма. В этом отношении у Китая есть большое преимущество. Китай имеет длительную историю и насчитывает 56 этнических групп.¹⁶⁶ Также в стране существует пять типов рельефа: горы, плато, холмы, равнины и бассейны рек. Некоторые из гор и рек известны во всем мире. Таким образом, Китай обладает богатыми культурными ресурсами, такими как историческое и культурное наследие, современная культура и повседневная жизнь.¹⁶⁷ Природных, исторических и социальных ресурсов достаточно для развития культурного

¹⁶⁵Красная, С. А. Культурный туризм: просветительская сущность и факторы развития : дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / С. А. Красная. – Москва, 2006. – 165 с.

¹⁶⁶ 龙成鹏. 中国 56 个民族的由来 / 龙成鹏 // 今日民族. – 2016. – № 4. –第 48–50 页. – Лун, Чэнпэн. Происхождение 56 этносов Китая / Чэнпэн Лун // Современные люди. – 2016. – № 4. – С. 48–50.

¹⁶⁷ 刘庆柱. 中华文明五千年不断裂特点的考古学阐释 / 刘庆柱 // 中国社会科学. – 2019. – № 12. –第 4–27 页. – Лю, Цинчжу. Археологическая интерпретация пяти тысячелетней нерушимой китайской цивилизации / Цинчжу Лю // Китайские общественные науки. – 2019. – № 12. – С. 4–27.

туризма Китая. В этом разделе указываются существующие виды ресурсов данного туризма.¹⁶⁸

1. Историко-культурное наследие, культурные реликвии, руины, старинные постройки

Китай – древняя страна с долгой историей. Согласно археологическим раскопкам и историческим записям, происхождение древней цивилизации восходит к доисторическому обществу. Примерно в XXI веке до нашей эры в Китае появилась первая династия страны – династия Ся. В период позднего неолита с первым разделением труда в обществе, сельское хозяйство стало основным способом производства. Литье бронзы, производство керамики и нефрита, а также персонажи и символы появлялись один за другим, постепенно сформировались первые поселения. Также в эту эпоху началось строительство масштабных мест поклонения и различных ритуальных построек. Эти элементы развития ранней цивилизации характеризовались плавкой, изготовлением сосудов и масштабными церемониальными зданиями. Начали складываться древние государственные организаций и властные объединения.¹⁶⁹

За долгую историю поколения людей создавали историю со своими уникальными национальными условиями и аккумулировали богатое культурное наследие.

По состоянию на июль 2019 г. в Китае 55 культурных, ландшафтных и природных объектов внесены в «Список всемирного наследия», в том числе 32 объекта всемирного культурного наследия, 5 объектов всемирного культурного ландшафтного наследия, 4 объекта всемирного культурного и природного двойного наследия, 14 объектов всемирного природного наследия. Например, город Пекинский человек (название первобытных людей) в Чжоукоудяне, Дуцзяньянь в провинции Сычуань, Терракотовая армия в Шэньси, гора Тай в Шаньдуне, Запретный город в Пекине и древний город Пинъяо в Шаньси.¹⁷⁰

168李炳元. 中国陆地基本地貌类型及其划分指标探讨 / 李炳元, 潘保田, 韩嘉福 // 第四纪研究. – 2008. – 第 28 卷, № 4. – 第 535–543 页. – Ли, Бинюань. Обсуждение основных типов рельефа и классификационных индексов китайской земли / Бинюань Ли, Баотянь Пан, Цзяфу Хань // Четвертичные исследования. – 2008. – Т. 28, № 4. – С. 535–543.

169曹昌智. 中国历史文化遗产的保护历程 / 曹昌智 // 中国名城. – 2009. – № 6. – 第 6 页. – Цао, Чанжи. Процесс защиты китайского исторического и культурного наследия / Чанжи Цао // Известные города Китая. – 2009. – № 6. – С. 6.

170中国文化遗产 // 百度百科. – URL: <https://baike.baidu.com/item> (дата обращения: 29.05.2021). – Китайское культурное наследие // Энциклопедия «Baidu».

Традиционные китайские ремесла как материальные и духовные реликвии народной жизни, занимают важное место в истории и культуре Китая. Разные потребности способствовали общему развитию различных видов ремесел. Это привело к диверсификации ремесел и созданию самобытных продуктов. В разные исторические периоды в Китае ремесла и изделия из различных материалов, созданные разными методами и имеющие разные формы, играли огромную роль в общественной жизни людей.¹⁷¹ Таким образом была создана огромная народная материально-культурная система и связанная с ней система знаний. Традиционные ремесла и произведения искусства стали важной частью китайского культурного туризма.

2. Народная культура, представленная повседневной жизнью

Фольклор, народная культура – это форма трансляции культурного наследия с многовековой историей. Например, «Фэн» в «Книге песен», сборнике древнекитайской поэзии, – это народная песня, которая в древности распространялась среди различных этнических групп. Эти народные песни отражают обычаи древних людей.¹⁷² Народная культура в последние годы становится все более популярной. это важный культурный туристский ресурс.¹⁷³

Исследователи обращают внимание на активное использование ресурсов народной культуры в туристских целях.¹⁷⁴ Ресурсы традиционной народной культуры: народные верования, этикет, табу и т.д.; вербальный фольклор (мифы, народные сказки, народные песни, народные повествовательные стихи и пословицы и т.д.); народное искусство, включая музыку, песни, ремесла, танцы и т.д.; игры, развлечения и обычаи и обряды, в том числе народные игры, народные виды спорта и др.¹⁷⁵

171 徐艺乙. 中国历史文化中的传统手工艺 / 徐艺乙 // 江苏社会科学. – 2011. – № 5. – 第 223–228 页. – Сюй, Ии. Традиционные ремесла в истории и культуре Китая / Ии Сюй // Социальные науки Цзянсу. – 2011. – № 5. – С. 223–228.

172 民俗文化 // 百度百科. – URL: <https://baike.baidu.com/item/%E6%B0%91%E4%BF%97%E6%96%87%E5%8C%96/9901668?fr=aladdin> (дата обращения: 29.05.2021). – Народная культура // Энциклопедия «Baidu».

173 李荣启. 民俗类非遗在当代的保护与传承 / 李荣启 // 艺术百家. – 2018. – № 6. – 第 211–225 页. – Ли, Жунци. Современная охрана и наследование нематериального народного наследия / Жунци Ли // Художники сотен художников. – 2018. – № 6. – С. 211–225.

174 田里. 论民俗旅游资源及其开发 / 田里 // 人文地理. – 1997. – 第 12 卷, 第 3 期. – 第 16–20 页. – Тянь, Ли. О ресурсах фольклорного туризма и их развитии / Ли Тянь // География человека. – 1997. – Т. 12, № 3. – С. 16–20.

175 赵旭. 民俗旅游资源的开发与保护研究 / 赵旭 // 文史看台. – 2018. – 第 12 期. – 第 197–198 页. – Чжао, Сюй. Исследования по развитию и охране ресурсов народного туризма / Сюй Чжао // Культурно-исторический стенд. – 2018. – № 12. – С. 197–198.

Важное место для туристских индустрий занимают семейный, сельский фольклор, современные формы народной культуры такие как производственный, бытовой, городской, деловой, транспортный фольклор и т.п. Локальные традиции становятся ресурсами для развития туристского бизнеса.¹⁷⁶

Локальные традиции также становятся ресурсами для развития туризма¹⁷⁷. Например, в декабре 1999 г. в городе Чибби (городской уезд Чибби городского округа Сяньнин 咸宁市, в провинции Хубэй, Китай) впервые прошел Международный фестиваль культурного туризма Трех Королевств Чибби (Красная скала, место битвы 208–209 гг., см. 赤壁之战), впоследствии ставший ежегодным. В рамках фестиваля проводились культурные вечера, выставки фотографий, художественные представления, официальные мероприятия и т.д. Фестиваль культурного туризма, посвященный этнической культуре народности туцзя (одно из национальных меньшинств Китая), прошел в октябре каждый год в Юян (Юян-Туцзя-Мяоский автономный уезд (Чунцин, КНР)), Чунцин. Он совместно спонсируется отделом пропаганды муниципального комитета Чунцина Коммунистической партии Китая, Комиссией по этническим и религиозным вопросам Чунцина и Бюро культуры, радио и телевидения Чунцина. Мероприятия разделены на церемонию открытия, гастрономический фестиваль еды народности туцзя, выставку и продажу туристских продуктов, крупномасштабные экономические и торговые ярмарки, танцевальные представления, специальные выступления труппы восточной песни и танца, масштабную аудио- и видеопозму «Рай мечты Сад» и так далее.¹⁷⁸

3. Современная культура

Современная китайская художественная культура – это форма ценностей, сложившаяся путем соединения западной и традиционной китайской культуры.

176 李松. 民俗旅游与社会发展/ 李松, 于凤贵, 杜晓帆, 张刚, 张士闪 // 山东社会科学. – 2011年. – 第7期. – 第51–60页. – Фольклорный туризм и социальное развитие / Сун Ли, Фенггуй Ю, Сяофань Ду, Ган Чжан, Шишань Чжан // Шаньдун Общественные науки. – 2011. – № 7. – С. 51–60.

263 李松. 民俗旅游与社会发展/ 李松, 于凤贵, 杜晓帆, 张刚, 张士闪 // 山东社会科学. – 2011年. – 第7期. – 第51–60页, 李 Сун. Фольклорный туризм и социальное развитие / Ли Сун, Ю Фенггуй, Ду Сяофань, Чжан Ган, Чжан Шишань // Шаньдун Общественные науки. – 2011. – № 7. – Стр. 51–60; 张军. 对民俗旅游文化本真性的多维度思考/ 张军 // 旅游学刊. – 2005. – 第20卷. – 第5期. – 第38–42页. Чжан Цзюнь. Многомерное мышление о подлинности народной туристической культуры / Чжан Цзюнь // Туризм журнала. – 2005. – Том 20. – № 5. – Стр. 38–42.

178 李冬芹. 传统民俗节庆的旅游创新研究 – 以宜昌端午文化旅游节为例: 硕士学位论文 / 李冬芹; 华中师范大学城市与环境科学学院. 人文地理学. – [没有出版地], 2013年. – 5月. – 81页. – Ли, Дунцин. Исследования инноваций в сфере туризма на традиционных фольклорных фестивалях на примере Ичанского фестиваля культурного туризма «Лодка-дракон»: дис. ... магистра / Дунцин Ли; Школа городских и экологических наук Центрально-Китайского педагогического университета. – [Б. м.], 2013. – 81 с.

Современная культура, представленная современным искусством, музыкой, кино, театром, скульптурой, танцем, архитектурой, медиа-искусством и дизайнерским искусством, стала известна сотням миллионов китайцев. Современное искусство проникает в жизнь китайского общества, влияет на мышление китайцев. Поскольку исторические факторы, современная жизнь и ее художественно-эстетические элементы тесно интегрированы с традиционной и народной культурой, они прекрасно отражают сочетание традиции и современности, Востока и Запада, власти и народа.¹⁷⁹ Это очень важно для развития современного китайского культурного туризма.

Разработка и использование культурных продуктов

В Китае в основном используются следующие виды продуктов культурного туризма:

1. Музейные комплексы – сочетание динамического и статического

Традиционные музеи со статическими экспонатами играют важную роль в сохранении подлинности культурного наследия. Этот тип музеев более распространен по всей стране. Например, экспозиция Исторического музея Шэньси в городе Сиань позволяет посетителям понять культуру, архитектуру, одежду, места культа Китая. Динамичный и открытый музей подразумевает активное участие посетителей. Например, на Хайнань деревни культурного туризма Ли и Мяо.

В процессе защиты и развития культурных продуктов Китая многие современные музейные комплексы сочетают оба типа. Например, музей под открытым небом (экокультурный музей) — динамичный и статичный музей культуры, состоящий из деревень, племен и т. д. Первоначально это были деревни народной культуры (включая некоторые народные музеи), музеи под открытым небом, деревенские музеи и экологические музеи. Этот тип музея отличается от традиционных музеев. Например, традиционный музей под открытым небом перемещает деревню в музей, а музей под открытым небом перемещает музей в деревню, чтобы зрители могли ближе познакомиться с деревней, жизнью деревни и

179 朱寿桐. 中国现代艺术文化的结构形态 / 朱寿桐 // 学术研究. – 2019. – № 6. – 第 144–178 页. – Чжу, Шоутун. Структурная форма китайской современной художественной культуры / Шоутун Чжу // Академические исследования. – 2019. – № 6. – С. 144–178.

культурой деревня.¹⁸⁰и, насколько это возможно, стремиться к развитию подобных эффективных методов защиты культуры и ресурсов интеграции¹⁸¹.

Например, мусульманский квартал в Сиане, является хорошим примером такой интеграции. Этот объект стал удачным примером благодаря сохранению культурного наследия, такого как еда и архитектура, а также развитию торговли. Это привлекает туристов, а также содействует развитию туризма и защите культуры хуэй.

2. Творческие парки

Модель творческого парка представляет собой совершенствование и модернизацию существующих культурных парков, в которых уже существуют культурные и творческие отрасли. В данном случае приоритет отдается высококачественному культурному туризму, креативному дизайну, а также созданию туристских продуктов. Современный творческий туризм включает в себя выставки миниатюр. На подобных площадках представлены «уменьшенные копии» различных регионов, объектов и ландшафтов. Такие места позволяют туристам сразу увидеть множество культурно важных мест, что, безусловно, способно вызвать интерес и обогатить туристский опыт. Миниатюра разрушенного дворца Дамин в творческом парке в Сиане относится именно к этому типу туристских продуктов.¹⁸²

3. Парки отдыха и развлечений

Создание рекреационных парков необходимо для улучшения и модернизации общественных пространств и мест отдыха. Рекреационные парки вписываются в естественную природную среду, интегрируются с культурными объектами, что помогает создать определенную атмосферу во время досуга и отдыха туристов. В типичных парках отдыха в Сиане, таких как Южная площадь

¹⁸⁰ 王庆生. 我国文化和旅游融合发展研究新进展述评 / 王庆生, 贺子轩 // 河南工业大学学报. – 2019. – 第 15 卷, № 6. – 第 61–69 页. – Ван, Циншэн. Обзор новых достижений в области интеграции и развития культуры и туризма в моей стране / Циншэн Ван, Цзысюань Хэ // Журнал Хэнаньского технологического университета. – 2019. – Т. 15, № 6. – С. 61–69.

¹⁸¹ 王庆生. 我国文化和旅游融合发展研究新进展述评 / 王庆生, 贺子轩 // 河南工业大学学报. – 2019. – 第 15 卷, № 6. – 第 61–69 页. – Ван, Циншэн. Обзор новых достижений в области интеграции и развития культуры и туризма в моей стране / Циншэн Ван, Цзысюань Хэ // Журнал Хэнаньского технологического университета. – 2019. – Т. 15, № 6. – С. 61–69.

¹⁸² 宋立中. 复合型文化遗产旅游产品开发路径分析—以福建马尾船政文化为例 / 宋立中, 谭申 // 旅游学刊. – 2012. – № 27. – 第 93–101 页. – Сун, Личжун. Анализ пути развития комплексных туристских продуктов, являющихся объектами культурного наследия на примере судоходной культуры Фуцзянь Мауэй / Личжун Сун, Шен Тан // Трибуна туризма. – 2012. – № 27. – С. 93–101.

пагоды Даян, размещены скульптуры, отражающие уникальное нематериальное культурное наследие Шэньси – народные обычаи.

4. Проведение туристских фестивалей

Фестивальные туристские мероприятия являются не только своего рода достопримечательностью, но и важным средством повышения популярности живописных мест, а также культурным продуктом. Фестиваль туризма опирается на один или серию туристских ресурсов путем развития насыщенных, открытых и совместных мероприятий с основной целью привлечения большого количества аудиторий для участия. В индустрии туризма фестивальные туристские мероприятия рассматриваются как форма специальной туристской деятельности, направленной на продвижение или продвижение туристских направлений. Например, проведение фестивалей еды, фестивалей культуры ханьфу и т. Д.¹⁸³

Для проведения выставок туристских фестивалей необходимо, чтобы местные органы власти активно продвигали методы развития туризма. Методы продвижения заключаются в следующем: «выезжать» и «приносить», активно укреплять связи и обмены со внешними регионами, а также усиливать продвижение местного культурного туризма. С помощью туристских фестивалей и представлений можно повысить привлекательность местного туризма и привлечь потенциальные туристские группы. Подобные действия могут привести к повышению спроса на туристские услуги. Сам фестиваль является своеобразным аттракционом и особым туристским продуктом, он играет важную роль в формировании имиджа города и привлечении денежных потоков.¹⁸⁴

5. Представления и сценическое шоу

Представления и сценические шоу – это популярная модель популяризации и развития нематериального культурного наследия в последние годы. Сценическое шоу включает в себя синтез различных искусств: сценическое действие, музыка, танец. Такой вид зрелищного искусства позволяет на основе культурного наследия

¹⁸³ 雍文昂. 文旅融合与文化产业新动向 / 雍文昂 // 艺术评论. – 2018. – № 12. – 第 6 页. – Юн, Вэнь Субару. Интеграция культуры и туризма и новые тенденции в индустрии культуры / Вэнь Субару Юн // Обзор искусства. – 2018. – № 12. – С. 6.

¹⁸⁴ 白雪. 基于游客体验视角的非物质文化遗产旅游产业化发展模式比较分析 / 白雪 // 贵州师范学院学报. – 2012. – № 5. – 第 8–11 页. – Бай, Сюэ. Сравнительный анализ модели развития индустриализации туризма, имеющего нематериальное культурное наследие с точки зрения туристского опыта / Сюэ Бай // Вестник Педагогического университета Гуйчжоу. – 2012. – № 5. – С. 8–11.

создать креативный и современный туристский продукт, в центре находится человек и его деятельность в культурно-историческом контексте.

Настоящее сценическое шоу в качестве декораций использует природный ландшафт. Также в представлении используются современные высокотехнологичные средства для трансляции идеи и образов нематериального культурного наследия. Например, постановка спектакля «Вечная любовь» на острове Хайнань.¹⁸⁵

Таким образом, Разработка и использование культурных продуктов является очень важной частью развития культурного туризма. Таким образом, качество культурных продуктов напрямую влияет на развитие рынка культурного туризма.

Рынок культурного туризма

Рынок культурного туризма является одной из основ развития культурного туризма, поэтому особенно важно развивать новые туристские рынки, привлекать туристов, а также сохранять существующие рынки. Развитие таких рынков необходимо исследовать с точки зрения культурного капитала, непрерывного накопления культурных факторов и признания ценности исторических и культурных объектов.

На рынок культурного туризма влияют следующие факторы: основные различия культурного капитала, возможность получения услуг и степень гарантии, а также качество самого культурного рынка. Если культурный рынок качественный, то и культурный туризм, несомненно, будет развиваться лучше. Между рынком культурного туризма и культурным капиталом существует двусторонняя интерактивная связь.¹⁸⁶

Безусловно, процесс создания рынка культурного туризма требует государственного регулирования. Государственный контроль обеспечивает устойчивость культурного туристского капитала и развитие самого рынка. Создание и развитие рынка культурного туризма подразумевает накопление капитала культурного туризма, культурного наследия и инноваций, систематическое развития рынка, а также общее позиционирование этого рынка.

185 郭师绪. 旅游演艺：文旅融合的「排头兵」/ 郭师绪 // 新产经. – 2019. – № 5. – 第 86–88 页. – 高, 肖. 旅游, исполнительское искусство: «Игрок–первопроходец» в интеграции культуры и туризма / 肖高 // Новая индустриальная экономика. – 2019. – № 5. – С. 86–88.

186 宋振春. 城市文化资本与文化旅游发展研究 / 宋振春, 李秋 // 旅游科学. – 2011. – 第 25 卷, № 4. – 第 1–9 页. – 孙, Чжэньчунь. Исследование городской культурной столицы и развития культурного туризма / Чжэньчунь Сун, Цю Ли // Наука о туризме. – 2011. – Т. 25, № 4. – С. 1–9.

Только рациональное использование рынка культурного туризма, поможет достичь роста новых туристских рынков и сохранения существующих.¹⁸⁷

Содействие развитию культурного туризма

Очень важной предпосылкой для продвижения развития культурного туризма являются политические факторы. После третьего пленарного заседания 19-го Центрального комитета Коммунистической партии Китая интеграция культуры и туризма стала национальной стратегией развития.¹⁸⁸

Во втором разделе главы 36 в полном тексте «14-й пятилетки» отмечается долгосрочная цель на до 2035 г. (11 марта 2021 г. Четвертая сессия Тринадцатого Всекитайского собрания народных представителей предложила Четырнадцатый пятилетний план. Он был опубликован 12 марта 2021 г). Эта цель – содействие комплексному развитию культуры и туризма, а также на использование культуры для формирования туризма. Эта цель подразумевает создание уникальной индустрии китайского культурного туризма. Для реализации этой цели необходимо, во-первых, углубить развитие массового туризма и интеллектуального туризма, обновить систему туристских продуктов и улучшить потребительский опыт туризма. Во-вторых, укрепить интеграцию региональных туристских брендов и услуг, построить ряд туристских достопримечательностей и курортов мирового класса с богатым культурным наследием, а также создать ряд туристских и развлекательных городов и кварталов национального уровня с отличительными культурными особенностями. В-третьих, содействовать инновационному развитию «красного» туризма, туризма культурного наследия, туристского исполнительского искусства и т. д. В-четвертых, улучшать качество услуг, таких как отдых и досуг, сельский туризм, и совершенствовать развитие яхтенного и горного туризма. В-пятых, улучшить туристскую инфраструктуру, создать систему оценки качества туристских услуг и стандартизировать услуги онлайн-туризма.¹⁸⁹

187 施炎平. 从文化资源到文化资本—传统文化的价值重建与再创 / 施炎平 // 探索与争鸣. – 2007. – № 6. – 第 50–54 页. – Ши, Яньпин. От культурных ресурсов к культурной столице – реконструкция ценностей и воссоздание традиционной культуры / Яньпин Ши // Исследования и дискуссии. – 2007. – № 6. – С. 50–54.

188 雍文昂. 文旅融合与文化产业新动向 / 雍文昂 // 艺术评论. – 2018. – № 12. – 第 6 页. – Юн, Вэнь Субару. Интеграция культуры и туризма и новые тенденции в индустрии культуры / Вэнь Субару Юн // Обзор искусства. – 2018. – № 12. – С. 6.

189 十四五规划和2035年远景目标纲要全文来了 // 大众日报. – URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1694064409738465520&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 29.05.2021). – План 14-й пятилетки на 2021–2035 (полный текст) // Dazhong Daily. – 2020.

Правительство должно обеспечить определенную политическую поддержку и предоставить определенные гарантии для местного культурного туризма. Посредством разработки соответствующих законов, постановлений, правил необходимо следить за реализацией плана развития, а также за защитой местного туризма, являющегося культурным наследием. В то же время правительство также должно предоставить определенные организационные гарантии, а также гарантии в области развития инфраструктуры. В процессе защиты и развития культурного туризма должна быть сформирована надежная система управления отраслью. Структуры, занимающиеся планированием и развитием туристских достопримечательностей, должны придерживаться принципа координации развития и защиты, учитывать взаимосвязь между защитой и освоением ресурсов в культурном туризме, а также содействовать рациональному развитию культурного туризма с помощью надежной системы управления. В процессе продвижения культурного туризма важны следующие факторы: симбиоз, координация, взаимная выгода и развитие туристских предприятий. Необходима, конечно, и популяризация искусства. Защита и развитие ресурсов культурного туризма неотделимы от поддержки и участия людей. Следовательно, в процессе развития культурного туризма необходимо расширять участие общественности, а также повышать осведомленность людей в вопросах защиты культуры. Это поможет подключить общественность к процессу развития культурного туризма и создания культурных ценностей».¹⁹⁰

Государственные услуги в области культурного туризма также являются важным элементом развития туризма в целом. Предоставление высококачественных государственных услуг может заметно улучшить туристские направления, повысить готовность туристов к повторному посещению и популяризировать местную культуру. В то время как предоставление услуг низкого качества не только снижает удовлетворенность и счастье туристов, но также может повлиять статус туристских направлений.¹⁹¹ Библиотеки, музеи и другие некоммерческие культурные объекты должны активно заниматься культурным

190 梁圣蓉, 方淑荣. 南通市非物质文化遗产旅游开发模式研究 / 梁圣蓉, 方淑荣 // 科技视界. – 2012. – № 29. – 第 35–36 页. – Лян, Шэнжун. Исследование модели развития туризма в области нематериального культурного наследия в городе Наньтун / Шэнжун Лян, Шуронг Фан // Видение науки и технологий. – 2012. – № 29. – С. 35–36.

191 邢盼盼. 文化遗产旅游的发展基础、路径及模式研究 / 邢盼盼 // 金融经济. – 2014. – № 10. – 第 111–113 页. – Син, Панпан. Исследования основ развития, пути и модели культурно-исторического туризма / Панпан Син // Финансовая экономика. – 2014. – № 10. – С. 111–113.

туризмом и оживлять культуру. Государственный контроль также может усилить образовательные и выставочные функции общественных мест, таких как библиотеки и музеи, внедрить современные технологические элементы и посещаемость этих мест туристами и местными жителями.

Например, «Шанхайский музей авиационной науки» – это специальный музей науки в Шанхае с выставочной площадью 10 000 кв. м. В нем представлены различные типы самолетов. Этот музей содержит четыре крытых выставочных зала общей площадью 2 000 кв. м. Они посвящены следующим темам: «Знакомство с большими самолетами Китая», «Взгляд на сто лет назад», «История авиации», «Изучение тайн полетов», «Студия инновационных талантов». Здесь есть и интерактивные экспонаты, такие как трехмерный киноэкран и телевизионный зал, а также несколько авиасимуляторов. Ежегодно центр организует различные мероприятия по популяризации науки, такие как Международный конкурс детского авиационного рисунка, Шанхайский конкурс статических масштабных моделей «Кубок героизма», Летний лагерь по авиационной науке и технологиям, Лекции по аэрокосмической науке, выставки, популяризирующие науку и т. д. Благодаря этим мероприятиям и постоянным выставкам повысилась научная грамотность общественности и студентов, а также был популяризирован проект крупномасштабного пассажирского самолета в Китае. Богатая современная культура в области науки, технологий и культуры является очень важной частью современного культурного туризма.¹⁹²

Разумное развитие культурного туризма основано на эффективном использовании его ресурсов и стало актуальной исследовательской задачей. Предпосылки для развития культурного туризма в основном включают четыре аспекта, а именно: разработка ресурсов и продуктов, рынок культурного туризма и популяризация развития культурного туризма. Китай имеет долгую историю и богатый культурный опыт. Поэтому ресурсы культурного туризма многочисленны и в настоящее время активно развиваются. Важная роль в развитии культурного туризма отводится Правительству, которое контролирует, в частности, его индустриализацию. Современный культурный туризм в Китае применяет

192 王小颖. 文旅产业互动融合发展战略与系统研究 / 王小颖 // 现代商贸工业. – 2010. – № 23. – 第 166–167 页. – Ван, Сяоин. Исследование интерактивной и комплексной стратегии и системы развития индустрии культурного туризма / Сяоин Ван // Индустрия современного бизнеса. – 2010. – № 23. – С. 166–167.

различные методики для развития разных типов культур, чтобы достичь защитить и популяризировать их. Культурный туризм, связанный с сохранением, развитием и защитой культурного наследия, остается в приоритете и развивается.

1.3 Мотивация и мотивы культурного туризма в Китае в постпандемическую эпоху

Мотивация к культурному туризму является субъективным критерием при проведении оценки туризма в Китае. Соответствие содержания путешествия и впечатлений от него целям путешествия, а также соответствие того, насколько путешествие совпало с ожиданиями – это критерии, по которым туристы оценивают поездку и опыт, полученный в ней. К пониманию целей туризма можно прийти посредством анализа функций туризма, предпочтений туристов, их понимания культурного туризма, а также на основе результатов социологического опроса. Такой анализ позволяет обобщить основные мотивы (цели), способствующие развитию китайского культурного туризма, а также увидеть некоторые изменения, которые происходят со сферой туризма в Китае в постпандемическую эпоху.

Анализ показал, что туристы по-разному оценивают содержание и мероприятия тура в соответствии с различными мотивами путешествия. Эти туристские оценки сохраняются в памяти туриста, становятся своего рода опытом. В дальнейшем этот опыт повлияет на отношение к туристской деятельности и на выбор туристской деятельности в будущем. С непрерывным развитием социалистической экономики Китая и постоянным повышением материального и культурного уровня жизни требования туристов к культурным, туристским и духовным объектам постоянно меняются. Культурный туризм становится популярным в последние годы, это направление с большим потенциалом развития. Появление такой мотивации тесно связано с изменением туристского спроса.

В этом параграфе изучены мотивации туристов, обобщены и проанализированы пять мотивов культурного туризма, описаны преимущества различных мотивов, а также потенциал разных типов культурного туризма. Эта

работа была проведена с целью определения направлений развития культурного туризма.

Мотивация к туризму – это внутренняя движущая сила, порождаемая поведением самого человека, и внешняя движущая сила, порождаемая туристской индустрией. Мотивация определяет цели туризма, поддерживает их и корректирует. В последние 20 лет исследования мотивации туризма в Китае были в основном сосредоточены на классификации, теориях, связанных с мотивационными процессами.¹⁹³

Большинство исследователей полагают, что у туризма есть несколько мотивов, и все они возникают в результате объединения «толчка» и «тяги».^{194 195}
¹⁹⁶Культурно-познавательные мотивации в настоящее время являются ведущими при планировании туристских поездок. Целью культурно-познавательного туризма становится приобщение к материальным и духовным ценностям различных стран и народов. Развитие туризма, как и общества в целом, невозможно без четкой концепции этого процесса. Такая концепция предполагает планирование и развитие территории, обеспечение защиты природной и культурно-исторической среды, улучшение качества жизни местного населения, обеспечение туристам условий пребывания, соответствующих высоким международным стандартам.¹⁹⁷

В процессе подготовки данной монографии автор провел небольшое исследование, целью которого стало изучение мотивации китайских туристов в отношении путешествий и выявлению мотивов (целей) культурного туризма. Приведем наиболее значимые результаты этого исследования.

В основу исследования лег социологический опрос, проводимый автором в августе 2020 г. в сети Интернет. В нем приняли участие 314 человек, процент мужчин и женщин, участвовавших в опросе, был одинаковым – 50%. Из диаграмм

193 Лю Ин. Мотивация и мотивы культурного туризма в Китае в постэпидемическую эпоху. Культура и цивилизация. – 2021. – №2. – С. 200–211.

194 魏越. 进化心理学视角下的旅游动机 / 魏越 // 旅游纵览. – 2015. – № 2. – 第 43–46 页. – Вэй, Юэ. Мотивация путешествий с точки зрения эволюционной психологии / Юэ Вэй // Обзор туризма. – 2015. – № 2. – С. 43–46.

195 宫丽娜. 文化遗产旅游的深层旅游动机研究-基于手段目的链的方法: 硕士学位论文 / 宫丽娜; 东北财经大学. – [没有出版地], 2010. – 第 6–14 页. – Гонг, Лина. Исследование углубленной туристской мотивации метода культурного наследия. Туризм, основанный на цепочке средств и результатов: дис. ... магистра / Лина Гонг; Финансово-экономический университет Дунбэй. – [Б. м.], 2010. – 92 с.

196 郑本法. 需要理论与旅游动机 / 郑本法 // 旅游研究 (甘肃社会科学). – 2000. – № 6. – 第 72–75 页. – Чжэн, Бенфа. Теория потребностей и мотивация туризма / Бенфа Чжэн // Исследования туризма (Общественные науки Ганьсу). – 2000. – № 6. – С. 72–75.

197 Каменщиков, И. А. Управление культурно-познавательным туризмом в России: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / И. А. Каменщиков. – Москва, 2005. – 165 с.

1–3 видно, что больше всего в опросе приняли участие молодые люди (18–45 лет), составившие 53,5% респондентов, а люди среднего возраста (45–69 лет) – 22,29%. Эти две возрастные группы являются ключевыми для нашего исследования, так как они, во-первых, представляют собой работающее население, а во-вторых, именно они главные потребители современного туризма. (см. Приложение 1)

Диаграмма 4 показывает следующее: опрошенные в целом считают, что наиболее важными в туризме являются способы передвижения и туристские достопримечательности. Диаграмма 5 отражает то, что люди предпочитают путешествовать свободно без какого-либо вмешательства посторонних факторов. Этот результат опроса очень важен для автора, так как обычно считается, что китайские путешествия в зарубежные страны, являются групповыми, в то время как результаты этого опроса показывают, что китайцы в настоящее время излагают иную позицию (см. Приложение 1).

Диаграмма 6 показывает, что в количественном отношении мотивация к отдыху и развлекательному туризму почти равна мотивации к экологическому и культурному туризму. Развитие туризма в Китае происходит именно так. Туризм больше не является основным досугом и развлечением, и другие туристские мотивы постепенно усиливаются, например, мотивация к культурному и экологическому туризму только начинают активно развиваться (см. Приложение 1).

Диаграмма 7 показывает, что часть опроса, посвященная наиболее популярным туристским функциям, имеет те же пропорции эстетических и культурных функций и ту же популярность. Можно сделать вывод, что, хотя мотивация людей к культурному туризму не самая большая, потенциал ее все же очень высок. Многие считают, что они хотят ощутить «очарование культурного туризма» (см. Приложение 1).

Диаграмма 8 показывает, что китайцы сейчас больше всего любят внутренний туризм. Из-за многовековой истории Китая, обширных земель и богатых ресурсов существует бесчисленное множество мест для путешествий, к тому же для внутреннего туризма не нужно знание иностранных языков, языковой барьер в данном случае отсутствует. (см. Приложение 1).

Проводимый автором опрос был завершен в августе 2020 г. и длился один месяц. Этот период был особенным для Китая. В августе 2020 г. режим

самоизоляции в Китае был снят. Не только жизнь людей вернулась к нормальному состоянию, но и индустрия туризма постепенно восстановилась, и туристы начали нормальную туристскую деятельность. Однако эпидемия во многих других странах все еще не была взята под контроль, поэтому многие китайские туристы не хотели уезжать за границу в этот период.¹⁹⁸

Диаграмма 9 показывает, что респонденты имеют определенное представление о культурном туризме. Вариант изучения местной культуры стал самым популярным, но разрыв с другими вариантами не очень велик. Таким образом, можно видеть, что люди имеют некоторое представление о культурном туризме, но все еще находятся в стадии поиска (см. Приложение 1).

Диаграмма 10 показывает, что респонденты не очень хорошо разбираются в культурном туризме. Из этой диаграммы видно, что они все же имеют определенное представление о культурном туризме, потому что 34,39% респондентов выбрали правильный ответ (см. Приложение 1).

Диаграмма 11 показывает уровень понимания людьми культурного туризма. 58,28% респондентов думают, что культурный туризм и туристская культура почти одинаковы, но есть немало тех, кто думают, что есть разница. Можно прийти к выводу, что люди постепенно исследуют культурный туризм, есть определенное понимание этого явления, однако оно неполное (см. Приложение 1).

Благодаря социологическому опросу и его анализу удалось выявить основные мотивы (цели) культурного туризма в Китае в эпоху коронавируса.

Мотивации туристов бывают разными по своему значению: одни туристские мотивы доминируют, а другие являются вспомогательными. Например, туристы хотят навестить старых друзей, посещая горы и реки; отправляясь по делам, они также хотят увидеть местный культурный ландшафт. После того, как туристы сделали выбор в пользу путешествия и разработали планы туристской деятельности, мотивы путешествия будут побуждать туристов создавать определенные привычки и заниматься туристской деятельностью. Возможности для туризма постоянно меняются. Когда первая туристская мотивация реализована, на ее основе будут сгенерированы новые туристские мотивации, порождающие

198 Лю, Ин. Различия представлений западных наблюдателей и самих китайцев на мотивацию выбора группового или индивидуального культурного тура в современном Китае / Ин Лю // Актуальные вопросы гуманитарных и общественных наук : сб. науч. тр. II Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Ч. 1. – Санкт-Петербург, 2020. – С. 47–56.

туристские действия. В этом заключается развитие и изменение туристской мотивации.

Ниже приводятся наиболее часто выявляемые мотивы для культурного туризма.

Изучение национального культурного наследия в постпанемийную эпоху

Изучение национального культурного наследия как важная цель туризма приобрело ключевое значение в эпоху коронавируса в Китае. Невозможность выезда за пределы Китая способствовало развитию местного, внутреннего культурного туризма. Стоит отметить, что интерес к национальному наследию фиксировался и раньше. Ян Юн в статье «Анализ культурных факторов в рамках конкурентоспособности туристских дестинации» писал, что «культурные» факторы играют очень важную роль, особенно важны «гравитационные» факторы (т. е. факторы притяжения). Фактором притяжения является «очарование культурного наследия», такого как «глубокая традиционная народная культура», «изысканное древнее архитектурное искусство», «уникальная планировка исторической деревни» и т. д.¹⁹⁹

В течение многовековой истории Китай сформировал яркое и самобытное культурное наследие. В Китае проживает 56 этнических меньшинств, большинство из которых проживает в относительно закрытых и удаленных горных районах. Они заблокированы горами, пустыней Гоби и крупными реками, в связи с чем испытывают трудности с транспортной доступностью. Поэтому на них меньше влияют иностранные культуры. Традиционная культура местных этнических групп по-прежнему сохраняется относительно неизменной.²⁰⁰

Различные этнические группы имеют свои собственные уникальные социальные структуры, методы производства, фольклор, религиозные верования, фестивали и церемонии, свадьбы и похороны, жилые дома, лекарства и продукты питания, текстиль и одежду, искусство и ремесла, инструментальную музыку и танцы, культурные и спортивные соревнования и т. д.

199 杨勇. 旅游目的地竞争力框架中的«文化»因素分析:一个综述/ 杨勇 // 旅游学刊. –2006. – 第 21 卷, № 12. – 第 35–42 页. – Ян, Юн. Анализ «культурных» факторов в рамках конкурентоспособности туристских дестинаций: обзор / Юн Ян // Трибуна туризма. – 2006. – Т. 21, № 12. – С. 35–42.

200 王娜. 民族地区特色文化旅游产业发展的路径探索 – 基于文化驱动的理论视角 / 王娜, 李锦宏 // 中共贵州省委党校学报. – 2013 年. – № 6. – 第 40–45 页. – Ван, На. Изучение путей развития характерной индустрии культурного туризма в этнических районах на основе теоретической перспективы культурного влечения / На Ван, Цзиньхун Ли // Журнал партийной школы комитета провинции Гуйчжоу Коммунистической партии Китая. – 2013. – № 6. – С. 40–45.

Таким образом, Китай имеет красочную многонациональную традиционную этническую культуру. Богатая народная культура превратилась в чрезвычайно интересный гуманистический ландшафт в этнических областях. Этот ландшафт имеет огромную привлекательность для китайских и иностранных туристов, является очень важным туристским ресурсом. Со временем появляется все больше людей, заинтересованных в изучении культурного наследия. Однако это палка о двух концах в плане наследования культуры. С одной стороны, Китая обладает многонациональной культурой. Это позволит сделать туристскую индустрию более популярной. С другой же стороны, культура может потерять свою самобытность, оригинальность в процессе использования в качестве туристского ресурса. «Гетерогенная культура», привлекающая туристов, может выжить, только поддерживая историческую преемственность, сохраняя местные особенности и оригинальный колорит.

В последние годы Китай приложил большие усилия для развития туризма, что привело к повреждению части культурного наследия из-за неправильного использования. Исторический туризм – очень важная часть культурного туризма. В настоящее время Китай должен проводить разумное планирование и развитие туризма. Популяризация и охрана культурного наследия должны осуществляться одновременно. Необходимо защищать исторические и культурные реликвии, сохраняя их первоначальный вид и исследовать их культурную коннотацию. Сохранение культурного наследия способствует устойчивому развитию культурного туризма.

Интерес к духовной, религиозной культуре

Религия – это особое культурное явление в развитии человеческого общества и важная часть традиционной культуры человека, влияющая на мировоззрение, обычаи и другие аспекты жизни людей. Сама религия – это культура, в основе которой лежит вера, и в то же время она является неотъемлемой частью всей социальной культуры. Религия постоянно включает в себя человеческие идеи и культуры в процессе своего формирования и развития. Она взаимно проникает в политику, философию, право, культуру, литературу, поэзию, архитектуру, искусство, живопись, скульптуру, музыку, мораль и другие мировоззренческие формы. Так формируется собственная религиозная культура.

Из-за большой самобытности и многочисленности этнических групп, различные религиозные сооружения, построенные на территории Китая, демонстрируют самые разные художественные стили. Возьмем, к примеру, буддийские храмы. Буддийские храмы в Сишуанбаньна похожи на жилища народа. Но буддийские храмы в Дидине, Юньнань, принадлежат к типичной тибетской архитектуре.²⁰¹

Укажем на некоторые позитивные моменты религиозного туризма для развития общества. Во-первых, религиозная культура может удовлетворить мотивацию людей к знаниям. Многие духовные лидеры – эрудированные и мудрые люди. Прямой контакт с ними позволит получить знания, недоступные в других местах. Во-вторых, Подавляющее большинство материальных и духовных продуктов, связанных с религиозной культурой, обладают эстетической функцией. Например, гармоничная архитектура храмов, красота украшений, скульптур или картин делают объекты прекрасным туристским продуктом. В-третьих, религиозная культура может удовлетворить мотивацию людей к снятию напряжения и расслаблению их разума и тела. В четвертых, религиозные культурные сувениры также могут удовлетворить потребительские мотивы людей, т. е. желание совершать покупки. Религиозная классика и книги, знакомящие с историей, всегда были одними из самых популярных книг. Есть также множество значимых религиозных и культурных ремесел, таких как скульптуры, каллиграфия, обрядовые инструменты и различные украшения. Туристов привлекает не только внешний вид этих произведений искусства, но, что более важно, их символическое значение и их внутренняя культура. Религиозная – культурный туризм имеет большой потенциал для развития.

Пандемия позволила многим людям понять важность науки и технологий, но в то же время оказала влияние на усиление религиозных убеждений. Внутренний туризм демонстрирует увеличение турив в области паломничества и знакомства с духовной культурой.

Интерес к национальной культуре питания

201 赵伯乐. 宗教文化是一种值得重视的旅游资源 / 赵伯乐 // 中国人文社会科学 (核心期刊). – 2000. – № 11. – 第 90–93 页. – Чжао, Боле. Религиозная культура – туристский ресурс, достойный внимания / Боле Чжао // Китайские гуманитарные и социальные науки (Core Journal). – 2000. – № 11. – С. 90–93.

Культура питания – один из важных факторов, влияющих на эволюцию человека, гастрономический туризм тесно связан с этой культурой. Отметим, что еще в Древнем Китае появились прототипы гастрономического туризма. Например, Из «Ханьшу» «汉书»²⁰² узнаем: «Император и министры вместе играют и наслаждаются едой».²⁰³ Еще один пример – это понятие «Сыч Уан» «船宴» (форма застолья, наслаждение, связанное с едой, так называемый банкет на лодке). Банкет на лодке имеет долгую историю в Китае. Впервые письменные записи о нем появились в предисловии к поэме Бай Цзюйи (поэт эпохи Тан, 772–846 гг.) в стихотворении «Ян Ло Бинь». В настоящее время самый известный праздник лодок в Китае – это «Праздник лодок Тайху» на озере Тайху.²⁰⁴

Китайский туризм тесно связан с чайных церемонией, которую также следует отнести к гастрономическому туризму – это вид культурного путешествия, основной мотивацией которого является получение материального удовольствия и духовного наслаждения от чая. Цель такого тура – наслаждаться вкусом, обогащать знания и приобретать определенные философские взгляды на жизнь. Этот вид туризма обладает не только богатой формой (разнообразие сортов чая), но и важным содержанием (философские основы церемонии)²⁰⁵, делает акцент на опыте «чайного путешественника», погружает в историю, культуру и традиции подобных церемоний, а также вовлекает в участие в обработке чая.²⁰⁶

Начиная с первого Международного кулинарного фестиваля в Гуанчжоу в 1987 г., гастрономический туризм достиг огромного успеха. С 1997 года Международный кулинарный фестиваль в Гуанчжоу проводится муниципальным правительством Гуанчжоу. Его масштабы и влияние с каждым годом увеличиваются. Это известный туристский фестиваль с «едой» в качестве основы, он объединяет культуру питания, развлечения, торговлю и туризм. Обладает характерными местными особенностями. Международный кулинарный фестиваль

202 Историческая хроника династии Хань с 260 г. до н. э. по 20 г. н. э., входит в состав серии хроник «Эршисы ши»

203 王曼利. 论唐代曲江春日游宴活动的文化生态 / 王曼利, 王觉维 // 名作欣赏. – 2015. – № 8. – 第 149–151 页. – Ван, Манли. О культурной экологии банкетных мероприятий в Цюцзяне времен династии Тан / Манли Ван, Цзюэвэй Ван // Признание шедевра. – 2015. – № 8. – С. 149–151.

204 船宴 // 维基百科 (自由的百科全书). – Праздник лодок // Википедия. - URL: <https://zh.m.wikipedia.org/wiki/%E8%88%B9%E5%AE%B4> (дата обращения: 29.05.2021).

205 陈朵灵. 美食旅游研究综述 / 陈朵灵, 项怡娴 // 旅游研究. – 2017. – № 9. – 第 77–87 页. – Чен, Дуолин. Обзор исследований в области гастрономического туризма / Дуолин Чен, Исянь Сян // Туристские исследования. – 2017. – № 9. – С. 77–87.

206 林清清. 茶文化旅游资源整合与开发研究 / 林清清, 郭可研 // 青岛行政学院学报. – 2015. – № 4. – 第 102–128 页. – Линь, Цинцин. Исследование интеграции и развития туристских ресурсов чайной культуры / Цинцин Линь, Кейян Го // Журнал административного колледжа Циндао. – 2015. – № 4. – С. 102–128.

в Гуанчжоу продолжает развиваться и расти, постепенно его признали люди из всех слоев общества. Он был признан в Китае и за рубежом как «визитная карточка» Гуанчжоу, став воплощением и центром внимания гурманов Гуанчжоу. Ежегодно проводимый Международный кулинарный фестиваль привлекает к участию большое количество профессионалов как из Китая, так и из-за рубежа. Он способствует продвижению китайской кулинарной культуры, особенно уникальной кулинарной культуры Гуанчжоу, в Китае и за рубежом. Обмены и сотрудничество сыграли очень важную роль в стимулировании внутреннего спроса, потребления, содействии развитию социальной экономики и туризма Гуанчжоу, а также обогащению праздничной жизни граждан.

Впоследствии туристская деятельность на тему еды очень активно развивалась. К началу XXI века гастрономический туризм становился все более разнообразным. Из сказанного выше следует, что туристы имеют давнюю историю мотивации к изучению культуры питания, так как эта форма деятельности была популярна с древних времен. Влияние гастрономического туризма в основном отражается в двух аспектах. Первый – это идеологическая концепция гастрономических туров, которая включает знакомство с едой разных городов, регионов или стран для туристов из всех стран мира.

Туристская мотивация к изучению культуры питания показывает, что тенденция развития гастрономического туризма обусловлена двумя причинами. Во-первых, экономический рост улучшил уровень жизни людей и породил спрос и стремление к отдыху. Во-вторых, значительный экономический рост, создаваемые туризмом с кулинарной культурой, стал движущей силой его устойчивого развития. Культурный туризм способствовал развитию ряда промышленных цепочек, таких как производство продуктов питания, недвижимость, торговля, культура и развлечения, а также строительство. В этом заключается мультипликативный эффект туристской экономики. Безусловно, развитие культурного гастрономического туризма имеет как экономическое, так и культурное значение.

Пандемия способствовала разработке новых типов упаковки для различных кухонь, в том числе и традиционных, входящих в гастрономические туры, онлайн-продажи стали очень популярными.

Интерес к искусству (арт-туризм)

Большинство людей путешествуют с целью обогатить свою духовную жизнь. Путешествуя, люди визуально или аудиально ощущают красоту внешнего мира, а красота является основной движущей силой развития туристской деятельности. Она дает людям чувство духовного удовлетворения. В туризме искусство можно увидеть практически везде. Например, живопись, фотография, музыка и т. д. Арт-туризм постоянно развивается. Как новый вид туристского контента и новое средство развития туризма, арт-туризм стал привлекать внимание в Китае. Его свежесть и многогранность вдохнет новую жизнь в индустрию туризма благодаря желанию людей открывать для себя искусство. Мотивация к этому туризму может способствовать более быстрому развитию арт-индустрии.

В то же время, нельзя не видеть некоторые изменения, которые происходят в постпандемийную эпоху, популярность музыки в китайском стиле возросла. Это во многом связано с патриотизмом китайского народа. Коронавирус сделал китайский народ более сплоченным, с большим энтузиазмом относился к своей стране и стал больше ценить свою культуру.

Новых веяний культурного туризма

Новые виды культурного туризма являются более сложными, и туристские мотивы в данном случае более разнообразны. Например, мотивы культурного и экологического туризма, изучение мотивов для туризма в творческих парках, кино- и телевизионного туризма и т.д.²⁰⁷ В этом разделе в качестве примера рассматривается туристская мотивация (цель) зарождающегося общественного туризма: проекты, связанные с общественным благосостоянием, инспекционные мероприятия, такие как защита экологии и охрана окружающей среды, волонтерская деятельность, участие в благотворительных мероприятиях.

Сейчас в таких мероприятиях принимают участие туристы, совершающие «самостоятельные поездки». Например, во время эпидемии в Ухане многие пожертвования были доставлены добровольцами самостоятельно. Это замаскированный культурный аспект, он олицетворяет единство и взаимопомощь

207 高艳利.公益旅游发展的主体动机与制约因素探析/高艳利, 雷春//临沂大学学报. – 2012. – 第 34 卷, № 1. – 第 39-43 页. – Гао, Яньли. Анализ основных мотиваций и сдерживающих факторов развития общественного благосостояния / Яньли Гао, Чун Лэй // Вестник Линьинь университета. – 2012. – Т. 34, № 1. – С. 39-43.

китайского народа. Также туристов интересуют защита и спасение культурного наследия.^{208 209}

Развитие этого вида культурного туризма во многом связано с растущим единством китайского народа и чувством патриотизма в постэпидемическую эпоху.

Установлено, что в мотивации культурного туризма можно условно выделить пять мотивов: изучение национального культурного наследия, интерес к национальной религиозной культуре, интерес к национальной культуре питания, интерес к искусству, к новым веяниям культурного туризма. Под влиянием эпидемии изменились возможности людей в поездках, например, при выборе направлений путешествий более популярен внутренний туризм Китая. В настоящее время развитие культурного туризма в Китае имеет большой потенциал. Изучение мотивации туристов поможет адекватно развивать деятельность, связанную с культурным туризмом, и разумно планировать направление развития культурного туризма, в том числе, и в соответствии с культурой разных региональных условий.

Приведенные в этом разделе результаты опроса проводились во время эпидемии и свидетельствуют об изменении понимания причин для культурного туризма, смещение акцентов на региональный и национальный аспект. Изучение мотивации и мотивов может помочь понять причины, по которым люди выбирают культурный туризм. Это, безусловно, очень поможет в его развитии. Особенностью развития туризма в Китае в постэпидемическую эпоху стало: предпочтение китайскими туристами внутренних туров по стране, туристская индустрия переформатировалась на внутренний туризм.

Выводы по первой главе:

В первой главе даны представления туризме и его основных видах, рассматриваются современные представления отечественных и зарубежных исследователей о культурном туризме, приводятся его основные виды и классификации, обращается внимание на интеграционные процессы внутри

208 高科. 志愿者旅游:概念、类型与动力机制 / 高科 // 旅游论坛. – 2010. – № 2. – 第 141-146 页. – Гао, Кэ. Волонтерские путешествия: концепция, виды и механизм мотивации / Кэ Гао // Туристский форум. – 2010. – № 2. – С. 141–146.

209 95 后志愿者开私家车送物资, 两个月跑了 1.6 万公里 // 武汉新闻网. – URL: <http://www.jinguanwh.com/wh/28509.html> (дата обращения: 29.05.2021). – Волонтеры 1995 г. рождения возили частные автомобили для доставки припасов и пробежали 16000 километров за два месяца // Уханьская сеть новостей.

культурного туризма, в частности на связь между культурными и экономическими элементами, даны предпосылки развития современного культурного туризма.

Под воздействием глобализации туризм в Китае схож с мировым и характеризуется стремительным развитием. Изучение современных представлений о культурном туризме свидетельствует о том, что в индустрии туризма культурный туризм имеет все большее значение. Это не только результат социально-экономического развития, но и необходимость постоянного улучшения людьми условий жизни. Китай, как крупная культурная страна, имеет неотъемлемые преимущества в культурном туризме.

Автор считает, что туризм — это своего рода физический и психологический опыт, позволяющий людям путешествовать и оставаться за пределами повседневной жизни с развлечениями, эстетикой и другими духовными удовольствиями в качестве своих основных целей. Это сумма различных экономических отношений между туристами и туроператорами, основанных на разных интересах. Это крупномасштабная туристская деятельность, которая объединяет политику, экономику, культуру, образование и технологии. Развлекательный туризм, основной мотивацией которого является отдых. Оздоровительный туризм сочетает в себе туризм и медицинские услуги, культурный туризм и т. д. или по уровню включает А, АА, ААА, АААА, ААААА.

Культурный туризм — это процесс культурного столкновения и взаимодействия. Это результат интеграции туристской культуры, физических и умственных развлечений. Он обладает характеристиками артистизма, загадочности, разнообразия и взаимодействия. Он имеет функцию стимулирования эстетического вкуса, функцию просвещения и функцию получения этнических религиозных эмоций. Это лучшее воплощение культурализация экономики и экономизация культуры. Культурный туризм включает, арт-туризм, религиозный (духовный) туризм, тематический туризм, историко-культурный туризм, экоккультурный туризм, культурно-экономический туризм и т. д.

Культурные элементы, содержащиеся в раннем туризме Китая, впоследствии получили осмысление в контексте современного культурного туризма. Древний китайский туризм включает в себя элементы культурного туризма в путешествиях членов королевской семьи (например, построение дворцов, пропаганда культурных

живописных мест и т. д.), познавательный туризм (культурный обмен и распространение и т. Д.), паломнический и религиозный туризм (строительство храмов, создание культурных достопримечательностей и др.).

Развитию современного культурного туризма Китая способствует наличие культурных ресурсов (историко-культурное наследие, народная и современная культура), продуктов (музейные комплексы, творческие парки, парки отдыха и развлечений, фестивали, представления) и рынка культурного туризма.

У культурного туризма существует пять мотивов (целей): изучение национального культурного наследия, национальной религиозной культуры, национальной культуры питания, искусства, новых веяний культурного туризма. В связи с воздействием эпидемии новой короновиральной инфекции произошли заметные изменения в культурном туризме, поэтому исследование в данной главе в основном касается мотивации китайских туристов в постпандемическую эпоху. Это позволило нам сделать вывод о том, что культурный туризм в значительной степени зависит от социальных факторов. Это также связано с китайскими туристскими привычками и социальной культурой. В постэпидемическую эпоху Китая внутренний туристический рынок быстро развивался, тогда как иностранный туристический рынок пострадал.

Культурный туризм – стимул сохранения и возрождения культурного наследия, развития культурной жизни. Он создает даже в удаленных регионах большое количество дополнительных рабочих мест, способствует повышению образовательного и культурного уровня населения, живущего в районах, посещаемых туристами. Поэтому изучение культурного туризма особенно важно.

ГЛАВА 2. ОСОБНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОНАХ КИТАЯ

Во второй главе рассматриваются вопросы развития свободных экономических зон Китая, характеристики культурного туризма в трех городах свободной экономической зоны.

Индустрия международного культурного туризма сформировала устойчивые образы некоторых крупных городов, сделав их своеобразными культурно-туристскими символами. Например, Рим часто воспринимается как символ западноевропейской классической культуры, Париж – мировая романтическая столица, Санкт-Петербург – культурная столица России и «окно» России в Европу. В настоящее время многие города Китая имеют репутацию международных туристских центров. Например, Пекин одновременно притягивает внимание как город тысячелетней истории и современный культурный центр. Сиань – как древняя столица Китая. Однако многие другие популярные туристские направления в России, Китае и других странах еще не получили столь ярко прописанного бренда-клише, их уникальные особенности все еще находятся на стадии выявления и осмысления. Таковыми являются свободные экономические зоны, в том числе Шэньчжэнь²¹⁰, Шанхай,²¹¹ Сянган²¹³ (это С я н г а н, по китайские имя название Сянган)²¹⁴ и Тяньцзинь, которые на момент своего создания не обладали ярко выраженными культурными особенностями, формирующими бренд территории и превращающими их в запоминающийся культурный центр. Это затрудняет развитие туризма на данных территориях. В то же время нельзя не видеть того, что постепенно, по мере своего экономического

210 舒惠芳. 深圳旅游业发展的现状,对策及趋向 / 舒惠芳,唐顺铁 // 旅游经济. 特区经济. – 2005. – № 3. – 第 142–143 页. – Шу, Хуйфан. Текущая ситуация, меры противодействия и тенденции развития туризма в Шэньчжэне / Хуйфан Шу, ШунтиТан // Экономика туризма. Экономика особой экономической зоны. – 2005. – № 3. – С. 142–143.

211 责任编辑: 常青青. 中国海洋文化–上海篇 / 常青青 // 中国海洋文化. 海军出版社. – 北京: 海军出版社, 2016 年. – 312 页. – Океаническая культура Китая. Шанхай / ред. Чанг Цинцин. – Пекин: Пресса ВМФ, 2016. – 312 с.

212 石崧. 中国(上海)自由贸易试验区产业体系 探索与空间布局研究 / 石崧,王周杨,石婷婷 // 上海城市规划. – 2014. – № 4. – 第 23–27 页. – Ши, Сун. Исследование промышленных систем и пространственного планирования экспериментальной зоны свободной торговли Китая (Шанхай) / Сун Ши, Чжоуян Ван, Тинтин Ши // Городское планирование Шанхая. – 2014. – № 4. – С. 23–27.

213 刘蜀永. 香港史话 / 刘蜀永. – 社会科学文献出版社, 2011. – 第 91–101 页. – Лю, Шуён. История Сянгана / Лю Шуён. – Издательство литературы по общественным наукам, 2011.

214 刘丽丽. 文化融合中西的香港旅游 / 刘丽丽, 刘艳红 // 旅游管理研究. – 2013. – № 10. – 第 32 页. – Лю, Лили. Сянганский туризм в культурном слиянии Востока и Запада / Лили Лю, Яньхун Лю // Исследования в области управления туризмом. – 2013. – № 10. – С 32.

развития, эти территории становятся не только экономическими, но и культурно-туристскими центрами.²¹⁵

Рассмотрим ключевые особенности и проблемы развития культурного туризма в свободных экономических зонах Китая. Возьмем для примера более успешную свободную экономическую зону. на примере Шэньчжэня, Шанхая, Сянгана²¹⁶ и Тяньцзиня. В основе методологии исследования нами были использованы историко-культурные, социокультурные, сравнительные и статистические методы. Наряду с опубликованными результатами социологических опросов, в декабре 2020 г. автором было проведено собственное исследование, результаты которого приводятся ниже. Также нами изучены проблемы культурной составляющей и культурного туризма в свободных экономических зонах Китая на основе анализа электронного периодического издания «CNKI» (Китайская национальная инфраструктура знаний), содержащем более 1989 статей.

2.1 Общие подходы к поиску специфики культурного туризма

Стремительное развитие экономических показателей в свободных экономических зонах Китая ставит культурный туризм в зависимость от этого развития. Изначально создание городов-свободных экономических зон не предполагало акцентирование внимания на художественно-эстетических показателях и проектировании культурных центров. Поэтому создание уникальных объектов культурного наследия и других культурных элементов на начальном этапе существования хотя и предполагалось, однако же не представлялось важным.

В результате туристская индустрия была поставлена изначально в сложную ситуацию, в которой приходилось адаптироваться под существующие условия и требования. Отметим, что свободные экономические зоны обычно имеют выгодное географическое положение. Например, многие из них расположены в прибрежных районах, которые не имеют ярко выраженных культурно-исторических

²¹⁵ Лю Ин. Особенности и проблемы культурного туризма в свободных экономических зонах Китая. Культура и искусство. – 2021. – №2. – С 39–55.

²¹⁶陈格. 论香港文化的特色 / 陈格 // 南京理工大学学报. – 1997年. –第10卷. – №5. –第24–26页. – Чен, Гэ. Об особенностях культуры Сянгана / Гэ Чен // Журнал Нанкинского университета науки и технологий. – 1997. – Т. 10, № 5. – С. 24–26.

особенностей. Требуется время и определенные шаги государственных и частных структур, чтобы сформировать здесь культурное ядро, основу для культурного туризма. Если на территории нет исторически сформированной культурной составляющей, то ее необходимо создать посредством современной культуры и искусства. Следовательно, развитие культурного туризма в свободных экономических зонах может опираться как на исторически сложившуюся, так и на современную культуру, учитывая адаптацию к местным условиям. Считаем, что в районах с недостаточно интересным для туристов историческим наследием необходимо в большей мере опираться на современную культурную индустрию, формирующую привлекательную для туристов среду.

Проведенный автором в декабре 2020 г. в Китайской народной республике через сеть Интернет второй социологический опрос охватил 347 человек. Главной задачей опроса было выявление у китайских потребителей особенностей восприятия культурного туризма в свободных экономических зонах. Из диаграмм 12–14 видно, что больше всего в опросе приняли участие молодые люди (18–45 лет), составившие 46% респондентов, и люди среднего возраста (45–69 лет) – тоже 46%. Эти возрастные группы относятся к активной части современного китайского общества и являются не только основой работающего населения страны, но и главным потребителем туристских услуг. Важность этого опроса видится нам в том, что он проводился в условиях пандемийной изоляции в Китае, однако посредством данного опроса мы смогли выявить устойчивые представления респондентов о культурном туризме в СЭЗ вне зависимости от ограничений в перемещениях (см. Приложение 1).

Изучение функционирования туризма в рассматриваемых свободных экономических зонах позволило выявить ряд особенностей, которые тесным образом связаны с проблемами экономического развития (см. Приложение 1).

2.2 Особенности культурного туризма

1. Хорошая инфраструктура культурного туризма

По мере экономического развития и повышения уровня жизни спрос граждан на общественную культуру в свободных экономических зонах продолжает расти.

Создание системы публичных культурных услуг связано не только с политикой правительства в области управления культурой и требованиями соблюдения прав граждан, но также с расширением городских культурных пространств. Государственные культурные услуги играют значимую роль в создании этих самых пространств. Они популяризируют культуру вообще, а также имеют возможность вводить новшества в городскую культуру и закладывают основу для развития культурного туризма. Мы считаем, что, встраивая систему публичных культурных услуг в городское пространство, необходимо создать эффективный менеджмент культурных объектов, что в дальнейшем позволит гарантировать развитие культурного туризма. Реальное положение дел в Китае становится доказательством вышеуказанного утверждения: большое внимание в свободных экономических зонах страны уделяется строительству культурной инфраструктуры, однако она далеко не сразу становится частью культурного туризма.

Например, в Шэньчжэне, наряду с экономическим развитием, с самого начала существования свободной зоны целенаправленно уделялось внимание развитию культуры. В то же время, как отмечает Ван Чжи, когда дело доходит до культурного туризма, у людей нет никакого впечатления о культурном туризме Шэньчжэня.²¹⁷ Исследователь имеет в виду, что общественное мнение по поводу культурных объектов в данном городе еще не сформировано. Диаграмма 15 показывает мнение респондентов по вопросу: достаточно ли в Шэньчжэне культурных объектов и памятных мест для осуществления культурного туризма. Обратим внимание на то, что 60% участников опроса считают, что таких мест много (см. Приложение 1).

Приведем пример государственной политики по организации культурного пространства в городе Тяньцзинь с 2004 по 2010 г. Тяньцзинь ежегодно выделяет 100 миллионов юаней на преобразование и строительство ряда культурных объектов с использованием передовых технологий. Такими объектами стали Тяньцзиньский музей науки и техники, Мемориал битвы при Пинцзине, музей Чжоу Эньлай, мемориал Дэн Инчао, Тяньцзиньский музей естественной истории, Тяньфэйский дворец-музей династий Юань, Мин и Цин, Тяньцзиньский музей,

217 汪治. 关于深圳文化产业的定位与发展对策的思考 / 汪治 // 特区经济. – 2004. – № 12. – 第 38–39 页. – Ван, Чжи. Размышления о позиционировании и противодействии развитию культурной индустрии Шэньчжэня / Чжи Ван // Особая экономическая зона. – 2004. – № 12. – С. 38–39.

Театральный музей Тяньцзиня и Тяньцзиньский музей истории камня Сантьяо²¹⁸(см. Приложение 1).

Обратим внимание на то, что на диаграмме 16 также видно, что туристы относительно удовлетворены строительством культурных объектов в свободных экономических зонах. Большинство респондентов считают, что этап строительства культурных объектов уже начался. С этим можно согласиться, так как концепция каждой свободной экономической зоны была предложена в начале ее создания и обязательно предполагала культурный компонент. Культурное развитие происходит вместе с экономическим развитием, именно поэтому в каждой свободной экономической зоне будет осуществляться культурное строительство, которое станет основой для будущего развития культурного туризма в городах (см. Приложение 1).

2. Наличие ресурса для межкультурных коммуникаций и поликультурного туризма

На свободную экономическую зону как в период реформ и открытости (с 1978 г.), так и в настоящее время неизбежно влияют иностранные культуры, создавая особое мультикультурное пространство. Быстрое развитие свободной экономической зоны вызывает большой приток иммигрантов, а вместе с ним и элементы других культур. Культура иммигрантов и местная культура формируют мультикультурную структуру свободной экономической зоны.

Диверсификация культуры в определенной степени неизбежно становится катализатором культурных инноваций, а результативность реформ и степень открытости в свободных экономических зонах сильнее, чем в других регионах. Эти процессы формируют открытую культурную атмосферу и делают свободную экономическую зону местом в Китае, где легче принимать иностранные культурные традиции и идеи. Различные иностранные культурные традиции пустили корни в свободных экономических зонах Китая, создавая таким образом новое, несколько иное культурное поле. Разумеется, экономическое сотрудничество и культурный обмен привлекали и привлекают большое количество иностранцев. Таким образом, культура свободной экономической зоны

218 苏萱.天津城市文化竞争力分析 / 苏萱, 张印贤 // 商场现代化. - 2010. - № 602. - 第 103-105 页. - Су, Сюань. Анализ городской культурной конкурентоспособности Тяньцзиня / Сюань Су, Иньсянь Чжан // Модернизация торговых центров. - 2010. - № 602. - С. 103-105.

подвержена влиянию других культур, а особенно западной. В атмосфере открытости внешнему миру в китайских свободных экономических зонах сформировалась поликультурная среда с большим количеством западных традиций и взглядом. Разнообразная интеграция китайской и иностранной культур неизбежно приводит к культурным инновациям и формированию новых культурных форм.

Например, Шэньчжэнь – это своеобразная граница между Китаем и западным миром, это связано с тем, что в данном населенном пункте проживает множество иммигрантов как из других городов и провинций Китая, так и из других стран. Разнообразное сосуществование иностранных культур, местных культур иммигрантов и коренных культур провинции Гуандун неизбежно сталкивается со «слиянием» и возникновением новых культурных форм.²¹⁹ Формируется особая культура, полная современного колорита, сочетающая в себе традиции и новаторство.²²⁰

Другой яркий пример межкультурных коммуникаций, влияющих на туристскую индустрию, – это Аомэнь и Сянган. Мы проведем подробное исследование Аомэнь в разделах 2.1. Ниже представлено описание Сянгана. Благодаря своему особому географическому положению и истории развития Сянган имеет гораздо больше культурного взаимодействия с другими странами, по сравнению с иными территориями Китая. Мультикультурная среда этого места позволила создать уникальные культурные продукты. Например, архитектурный комплекс Танглоу, традиционные фестивали и кухни разных стран и т. д. Все это предоставляет богатые возможности для культурного туризма.²²¹

Из диаграммы 17 видно, что респонденты имеют четкое представление о ресурсах культурного туризма в свободной экономической зоне. Также они считают, что здесь больше объектов культурного туризма по сравнению с другими территориями Китая. Из чего можно сделать вывод, что культурный туризм в

219 刘国强. 深圳建设国际旅游目的地策略 / 刘国强 // 开放导报. – 2014. – № 2. – 第 85–87 页. – Лю, Гоцян. Стратегия Шэньчжэня по созданию международного туристского направления / Гоцян Лю // Открытый гид. – 2014. – № 2. – С. 85–87.

220 汪洋. 深圳文化特点及发展走向 / 汪洋, 主编 杨宏海; 深圳文化研究所. – 广州: 花城出版社出版, 2001 年. – 第 580 页 – Ван, Ян. Культурные особенности и тенденции развития Шэньчжэня / Ян Ван; ред. Ян Хунхай; Институт культуры Шэньчжэня. – Гуанчжоу, : Хуа Чен, 2001. – 580 с.

221 钟润生. 独特、多元、国际化才是香港文化 / 钟润生 // 专访香港书展年度作家: 李欧梵, 回应不是 «作家» 争议. 畅谈热点话题. 深圳特区报. – 2015. – № 5. – 第 1–2 页. – Чунг, Руншэн. Сянганская культура уникальна, разнообразна и интернациональна: интервью с писателем года Сянганской книжной ярмарки Ли Уфан / Руншэн Чунг // Газета Специальной зоны Шэньчжэня. – 2015. – № 5. – С. 1–2.

свободной экономической зоне нуждается в рациональном использовании и развитии (см. Приложение 1).

3. Экономическое развитие способствует развитию культурного туризма

Улучшение материального уровня жизни неизбежно приведет к росту духовных и культурных потребностей. С быстрым экономическим развитием уровень модернизации городов в свободной экономической зоне также постоянно повышается. Граждане больше думают не просто об удовлетворении своих основных жизненных потребностей, но и о том, как улучшить качество жизни и создать инфраструктуру для саморазвития. В свободных экономических зонах эта мотивация способствовала ускорению культурного развития и поощрению, принятию культурных инноваций.

Например, в Шэньчжэне был открыт Лекционный зал, целью которого стало познакомить граждан с искусством в различных его проявлениях, таких как музыка, танцы, каллиграфия, живопись, фотография, повысить уровень своего мастерства в области культуры и искусства. Открытие подобных центров направлено на культурное развитие всего города. Мы считаем необходимым обеспечение богатых культурных ресурсов для культурного туризма. Такими ресурсами могут стать различные музеи, в том числе музеи науки и техники, библиотеки и т. д. Также необходимы инвестиции и строительство городов. Оба этих фактора влияют на экономику и культуру. Повышение культурного развития населения достаточно тесно связано с экономической основой СЭЗ.²²² На основе ранее описанных фактов выстраивается логическая цепочка, способствующая, в том числе, развитию экономики: появление высококлассных культурных объектов и их рациональное использование – желание населения пользоваться данными объектами – появление культурных инноваций, которые удовлетворяют общественную потребность – культурные инновации имеют экономический эффект. Этот процесс наглядно иллюстрирует тесную связь культурного развития с экономическим ростом. Из диаграммы 19 также видно, что туристы отдают предпочтение экономике и

222 吴俊忠. 深圳经济特区文化创新功能的生成与发展 / 吴俊忠 // 深圳大学学报. 人文社会科学版. – 2006. – 第 23 卷, № 4. – 第 18–24 页. – У, Цзюньчжун. Формирование и развитие функции культурных инноваций в особой экономической зоне Шэньчжэня / Цзюньчжун У // Журнал Шэньчжэньского университета. Гуманитарные и социальные науки. – 2006. – Т. 23, № 4. – С. 18–24.

культуре. С точки зрения цепочки городского развития, эти элементы взаимосвязаны (см. Приложение 1).

Стремительное экономическое развитие будет способствовать развитию культуры и общества в целом. Мы считаем, что это повысит ценность культурной индустрии и позволит вводить новшества в нее, перераспределяя финансовые потоки. Поэтому правильное использование экономической силы, являются преимуществом в развитии культурного туризма.

2.3 Проблемы культурного туризма

1. Культурный туризм развивается медленнее, чем экономический туризм

По сравнению с такими всемирно известными культурно-историческими центрами или крупными туристскими городами Китая, как Пекин, Ханчжоу, Сучжоу и т. д., свободные экономические зоны, несмотря на все заложенные культурные предпосылки и реализуемые в этой сфере проекты, до сих пор имеют недостаточное развитие культурного туризма. Он здесь значительно отстает от развития городской экономики.

Наиболее активно в свободных экономических зонах Китая традиционно развиваются финансовая сфера и судоходство, тогда как туризм не является ведущей отраслью. Такой подход в значительной степени влияет на позиционирование всей индустрии туризма, финансировании этой отрасли, уровень промышленного развития и неизбежно ограничивает культурный туризм во многих аспектах.

Свободные экономические зоны Китая, такие как Шанхай,^{223. 224. 225} Сянган и Аомэнь,^{226. 227. 228} экономически росли в рамках специальной политики свободных

223 上海自由经济区发展历程与启示 / 孟广文, 王艳红, 杜明明, 赵钊, 王继光, 于淙阳, 张宁月, 马祥雪, 王春智 // 经济地理. – 2018. – 第 38 卷, № 5. – 第 1–10 页. – Процесс развития и просвещения Шанхайской свободной экономической зоны / Мэн Гуанвэнь, Ван Яньхун, Ду Минмин, Чжао Чуань, Ван Цигуан, Ю Цуньян, Чжан Нинюэ, Ма Сянсюэ, Ван Чуньчжи // Экономическая география. – 2018. – Т. 38, № 5. – С. 1–10.

224 李原. 上海文化旅游发展战略研究 / 李原, 李萌 // 上海对外经贸大学学报. – 2016. – 第 23 卷. – № 1. – 第 60–67 页. – Ли, Юань. Исследование Шанхайской стратегии развития культурного туризма / Юань Ли, Мэн Ли // Журнал Шанхайского университета международного бизнеса и экономики. – 2016. – Т. 23, № 1. – С. 60–67.

225 肖林. 我们的上海、中国的上海、世界的上海 – 关于面向未来 30 年上海发展战略的思考 / 肖林 // 科学发展. – 2015. – № 74. – 第 1–7 页. – Сяо, Линь. Наш Шанхай, китайский Шанхай и мировой Шанхай: размышления о стратегии развития Шанхая на следующие 30 лет / Линь Сяо // Научное развитие. – 2015. – № 74. – С. 1–7.

226 张丽. 60 年来大陆地区澳门史研究回顾 / 张丽 // 兰州学刊. – 2015. – № 1005. – 第 19–23 页. – Чжан, Ли. Обзор 60-летних исследований истории Аомэнь в материковом Китае / Ли Чжан // Вестник Лан Чжо университета. – 2015. – № 1005. – С. 19–23.

экономических зон, которая включала в себя развитие культурной индустрии и культурного туризма. В то же время, по сравнению со скоростью экономического развития, процесс развития культурного туризма идет гораздо медленнее, чем такой же процесс в области экономического туризма.^{229.230.231}

Например, количество, качество и стандарты обслуживания культурных и развлекательных заведений Шанхая в настоящее время не могут полностью удовлетворить разнообразные потребности иностранных туристов. Несмотря на то, что в городских кварталах есть много мест отдыха и развлечений, которые значительно обогащают культурную жизнь обычных граждан, для потребностей иностранных посетителей, таких как «городские бродяги» и внутренние туристы, уровень обслуживания по-прежнему не удовлетворяет всех потребностей. Потому что были проведены исследования, на основании которых было предложено, как превратить Шанхай во всемирно известный туристский город, а это в определенной степени помогло бы улучшить индустрию туризма в целом.²³²

На диаграмме 18 показано, что респонденты более склонны к отдыху и экономическому туризму в зонах свободной торговли. Культурный туризм в свободной экономической зоне не возникает спонтанно, его необходимо активно развивать и популяризировать (см. Приложение 1).

2. Недостаточное понимание ценности культурного туризма и интеграции его ресурсов

Изначальная цель многих свободных экономических зон – построить всемирно известный туристский город и «создать международное городское культурное туристское направление, сочетающее творчество, фестивали и

227 吴江秋. 回归后«澳门模式»的经济特征及其可持续发展 / 吴江秋, 晏阳 // 经济地理. – 2014 年. – 34 卷. – № 8. – 第 1–7 页. – У, Цзянцю, Экономические характеристики и устойчивое развитие «модели Аомэнь» после возвращения мира / Цзянцю У, Ян Ян // Экономическая география. – 2014. – 34. – № 8. – С. 1–7.

228 黄竹君. 澳门城市形象变化与旅游发展 / 黄竹君 // 港澳研究. – 2019 年. – № 2. – 第 13–21 页. – Хуан, Чжуцзюнь. Изменения в имидже города Аомэнь и развитие туризма / Чжуцзюнь Хуан // Исследования Сянган и Аомэнь. – 2019. – № 2. – С. 13–21.

229 高群. 浅谈香港的文化建设与特征 / 高群 // 高校讲坛. 科技信息. – 2008. – № 5. – 177 页. – Гао, Цюнь. О культурном конструировании и особенностях Сянган (Сянган) / Цюнь Гао // Университетский форум. Наука и техническая информация. – 2008. – № 5. – С. 177.

230 任洪彦. 香港的自由港政策及其经济体制 / 任洪彦 // 青岛大学师范学院学报. – 1997. – 第 14 卷, № 4. – 第 14–17 页. – Жэнь, Хуньянь. Политика свободного порта Сянган и его экономическая система / Хуньянь Жэнь // Журнал педагогического колледжа Университета Циндао. – 1997. – Т. 14, № 4. – С. 14–17.

231 黄汉生. 香港自由港的产生, 发展及其特点 / 黄汉生 // 南洋问题. – 1987. – № 6. – 87–94 页. – Хуан, Ханьшэн. Возникновение, развитие и характеристики свободного порта Сянган / Ханьшэн Хуан // Проблемы Южного моря. – 1987. – № 6. – С. 87–94.

232 陈建勤. 上海旅游景区业存在问题与发展策略研究 / 陈建勤 // 上海经济研究. – 2006 年. – № 12. – 第 84–94 页. – Чэнь, Цзяньцин. Исследование существующих проблем и стратегий развития индустрии привлечения туристов в Шанхае / Цзяньцин Чэнь // Шанхайские экономические исследования. – 2006. – № 12. – С. 84–94.

мероприятия».²³³ В этом направлении государством были сделаны определенные политические и экономические шаги. Тем не менее, в настоящее время одной из особенностей нынешнего развития туризма в свободных экономических зонах становится недостаточное позиционирование культурного туризма в общей туристской модели.

Акцент на экономических показателях приводит к тому, что функция культурного туризма в качестве особой ценности для городов-свободных экономических зон, не до конца понята и оценена. На данный момент культурный туризм – это всего лишь несколько элементов или специальных продуктов, перемежающихся с массовым и экономическим туризмом. Культурный туризм не был систематически интегрирован, исследован и сублимирован. Эта область, требующая дальнейшего развития, коннотации, интерпретации ценности, поддерживающих мер, формирования систематической и зрелой системы.

Например, индустрия туризма Сянган активно развивается в последние годы, но в основном она опирается на шоппинг-туризм, который связан с экономическим туризмом. Специальная политика освобождения от налогов превратила Сянган в настоящий «рай для шоппинга».²³⁴ Совершенно очевидно, что для культурного туризма этого недостаточно, и он не может быстро развиваться с помощью лишь шоппинг-туризма.²³⁵

3. Отсутствие уникального культурного бренда территории

Свободные экономические зоны Китая обладают богатыми культурными ресурсами. Однако на данный момент возможностей этих территорий недостаточно для того, чтобы правильно преподнести свою собственную региональную культуру. Ей не хватает эффективного менеджмента и коммерческого развития в сочетании с защитой объектов культурного туризма. До сих пор носят фрагментарный характер реставрация и современные преобразования значимых исторических зданий, старых заводов, библиотек, музеев и парков отдыха.

233 吴俊忠. 深圳经济特区文化创新功能的生成与发展 / 吴俊忠 // 深圳大学学报. 人文社会科学版. – 2006. – 第 23 卷, № 4. – 第 18–24 页. – У, Цзюньчжун. Формирование и развитие функции культурных инноваций в особой экономической зоне Шэньчжэня / Цзюньчжун У // Журнал Шэньчжэньского университета. Гуманитарные и социальные науки. – 2006. – Т. 23, № 4. – С. 18–24.

234 陈秀容. 香港旅游业的发展与旅游资源 / 陈秀容 // 自然资源. – 1997. – № 2. – 第 23–29 页. – Чэнь, Сюжун. Развитие индустрии туризма и туристских ресурсов Сянган (Сянган) / Сюжун Чэнь // Природные ресурсы. – 1997. – № 2. – С. 23–29.

235 陈招顺. 蓬勃发展的香港旅游业 / 陈招顺 // 世界经济. – 1979. – № 7. – 第 64–67 页. – Чэнь, Чжаошунь. Быстро развивающаяся индустрия туризма в Сянгане / Чжаошунь Чэнь // Мировая экономика. – 1979. – № 7. – С. 64–67.

Образ свободной экономической зоны как центра культурного туризма в сознании людей до сих пор находится в стадии становления. Совершенно очевидным является то, что данным зонам требуется создание культурного бренда территории. Некоторые шаги в этом направлении в Китае сделаны, и описаны, в частности, в работе Ни Цзяоцзяо.²³⁶ Выявление уникальных культурных феноменов, способных сформировать бренд территории в свободной экономической зоне, направлено на развитие привлекательного и индивидуального образа каждого города. В перспективе это будет способствовать развитию культурного туризма.

Например, в Пекине и Сиане есть самобытный культурный облик, легко узнаваемый туристами. Инфраструктура этих современных городов интегрирована с культурой и позволяет развивать туризм, включающий в себя культурную составляющую. Однако города, находящиеся на территории свободных экономических зон в Китае, утратили свои первоначальные культурные особенности из-за быстрого экономического развития, но еще не приобрели новые специфические черты. Например, Шанхай – это большой и известный город, но в нем современная цивилизация еще не сформировала особый узнаваемый бренд.²³⁷ Специфика Хайнаня – репрезентативный туризм, это шоппинг и отдых. Уникальная культура острова недостаточно развита, а культурные особенности не сформировали узнаваемый облик территории.

Тяньцзинь обладает богатыми ресурсами культурного туризма, но никогда не имел собственного уникального культурного лейбла. Различные проекты культурного туризма не собраны в единую концепцию, отсутствует реклама и четкое позиционирование города, как центра культурного туризма.²³⁸

Выводы по параграфу:

В заключении отметим, что отсутствие комплексного, концептуального развития города как культурного туристского центра, а также органичная связь между урбанистическими сооружениями и окружающей средой не позволили

236 Ни, Цзяоцзяо. Феномен культурного бренда в современной китайской культуре : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Цзяоцзяо Ни. – Чита, 2019. – 25 с.

237责任编辑: 常青青. 中国海洋文化-上海篇 / 常青青 // 中国海洋文化. 海军出版社. –北京: 海军出版社, 2016年. – 312页. – Океаническая культура Китая. Шанхай / ред. Чанг Цинцин. – Пекин: Пресса ВМФ, 2016. – 312 с.

238苏莹.天津城市文化竞争力分析 / 苏莹, 张印贤 // 商场现代化. – 2010. – № 602. – 第 103–105 页. – Су, Сюань. Анализ городской культурной конкурентоспособности Тяньцзиня / Сюань Су, Иньсянь Чжан // Модернизация торговых центров. – 2010. – № 602. – С. 103–105.

сформировать город, соответствующий статусу и характеристикам свободной экономической зоны. Удобная и продуманная инфраструктура культурного туризма, возможность межкультурной коммуникации, экономическое развитие населенного пункта – вот важные ресурсы для создания культурного туризма. В свободных экономических зонах Китая обычно существуют следующие проблемы: медленное развитие культурного туризма в сравнении с экономическим, недостаточное понимание ценности культурного туризма и интеграции его ресурсов, а также отсутствие уникального культурного бренда территории.

Ситуация с культурным туризмом в прибрежных городах – свободных экономических зонах Шэньчжэнь, Шанхай, Сянган Тяньцзинь и т.д. – в этих свободных экономических зонах есть общие особенности и проблемы. Для них характерно целенаправленное формирование государством инфраструктуры для культурного туризма; наличие ресурса для межкультурных коммуникаций и поликультурного туризма; более медленное развитие культурного туризма по сравнению с экономическим туризмом; недостаточное понимание исследователями и местной властью ценности культурного туризма и интеграции его ресурсов в развитие территорий; медленное развитие уникальных культурных брендов.

В наше время культура становится важным источником национального единства и творческой реализации человека. Важная задача для каждого региона – стимулировать развитие национальной и региональной культуры, усиливать культурное значение каждого города. Исследование особенностей развития свободных экономических зон поможет определить направления для их развития, выявить цель и задачи для культурного туризма на этих территориях. Изучение проблем культурного туризма способствует совершенствованию политики управления культурным туризмом в свободных экономических зонах. Таким образом, исследование особенностей и проблем развития культурного туризма в свободных экономических зонах может обеспечить диверсификацию отраслей в свободной экономической зоне и постоянное, стабильное развитие культурного туризма.

ГЛАВА 3. КУЛЬТУРНЫЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНТЕГРАЦИИ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

Важность культуры еще больше подчеркивается Экономизации культурного, прежде всего культуры, а затем развития экономики. Культуризация экономики - это, прежде всего, экономика, которая включает культуру в экономику. Культурный туризм является одним из конкретных проявлений экономизация культурного и культуризации экономического. Но это не совсем экономизация культурного и культуризации экономического. Это одно из основных проявлений развития культурной и экономической интеграции.

Например, некоторые отрасли, которые развивают культурный туризм на основе защиты традиционной культуры. Когда такие промышленные культурные ценности вступают в конфликт с экономическими ценностями, предпочтение отдается защите культуры, в то время как предпочтение отдается экономической культуре. В то время как некоторые туристические отрасли, которые развивают культуру после экономического развития, такие как новые культурные города, тематические парки и т. Д. Когда культурные ценности этих отраслей вступают в конфликт с экономическими ценностями, они сначала защищают экономические ценности и более склонны к экономической культуре. Поэтому в книге утверждается, что, хотя культурный туризм является одним из проявлений экономизации культурных и культуризации экономических. Однако культурный туризм не относится исключительно к одной категории. Предпочтение отдается культурной экономической интеграции.

3.1 Экономизация культурного аспекты развития культурного туризма

Экономизация культуры является важной объективной реальностью в области культуры сегодня. Дух и материя по своей сути дополняют друг друга, поэтому развитие культуры в направлении экономики является неизбежным. Идеальная ценностная ориентация Экономизация культуры должна быть свободной, конечной целью которой является удовлетворение потребностей свободного и всестороннего развития человека, а также потребностей людей в построении лучшего мира для

жизни. В этом подразделе в основном рассматривается ценность развития туризма в контексте экономики культуры с точки зрения ценностной ориентации.

Экономизация культуры - идеальная ценностная ориентация индустрии культуры должна быть как глубокой культурной базой, так и сильной экономической поддержкой; Это означает, что содержание и ориентация индустрии культуры сосредоточены на свободном и всестороннем развитии человека. Конечной целью экономического развития культуры является удовлетворение потребностей свободного и всестороннего развития человека, удовлетворение потребностей людей в построении лучшего мира для жизни. Реализация этой идеальной цели не может быть отделена от следующих условий: во - первых, она имеет глубокие культурные последствия. Суть и суть индустрии культуры лежат в культуре. Индустрия культуры - это, во - первых, культура, во - вторых, промышленность. Это и есть культурная экономия.

В статье Се Чуанкана « Сравнительный анализ ценностной ориентации экономики культуры» различные формы и уровни индустрии культуры делятся на следующие три основных типа: ²³⁹

Первый тип: тип преобладания экономических интересов. Это означает, что культурная « мягкая сила», основанная на сильной индустрии культуры, формирует сдерживающую силу в системе мирового дискурса и системе действий. Экономические интересы являются основной ценностной ориентацией индустрии культуры, которая реализует всеобъемлющую рыночную стратегию, правительство не принимает непосредственного участия или вмешательства в деятельность индустрии культуры, ставит ее в рыночную экономику и гражданское общество для роста, чтобы « невидимая рука» могла в полной мере играть свою роль. Развитие и применение высоких технологий, таких как Интернет, мультимедиа и цифровизация, делают использование и трансформацию культурных ресурсов очень рыночными. В то же время хорошо развитые правовые системы и институты не жалеют усилий для защиты прав собственности, чтобы индустрия культуры

²³⁹ 谢传仓的《文化经济化的价值取向比较分析》//江海学刊 -2015 第三期 209-239 页.Се Чуанкан, « Сравнительный анализ ценностной ориентации экономики культуры» // Jianghai Journal - 2015, № 3, стр. 209 - 239

продолжала развиваться и стала важным источником создания национального богатства и повышения ее международных конкурентных преимуществ.²⁴⁰

Второй тип: традиционный и вторичный тип, в развитии индустрии культуры, очень ценит культурные традиции. Индустрию культуры обычно называют «индустрией контента». считая, что культурные ресурсы могут поддерживать и активизировать жизнеспособность индустрии культуры только в том случае, если они связаны с новыми технологиями в промышленности и социальным развитием, Понимание индустрии культуры как новой отрасли экономики знаний, основной отрасли экономики знаний или основной стратегической отрасли страны стало основным признанием правительства. Через такие мероприятия, как Олимпийские игры, ЭКСПО, Кубок мира и другие мероприятия, чтобы продвигать и продавать культуру с местными особенностями, создавать культурный имидж. Обучение может быть связующим звеном между распространением традиционной культуры и современных идей через культурное образование, а также привитием учащимся идей и ценностей.²⁴¹

Третий тип: традиционный и интровертированный, индустрия культуры имеет традиционную и интровертированную ценностную ориентацию. Политика в области индустрии культуры, в частности, подчеркивает нормативную и плановую роль правительства в развитии индустрии культуры с целью «сохранения и развития всех аспектов человеческого наследия, поощрения художественного творчества, поддержки художественного образования и художественной деятельности». Для отечественной индустрии культуры применяются различные меры поддержки, такие как субсидии и налоговые льготы.²⁴²

Хотя эти три типа экономики культуры различны, вышеупомянутые стратегии развития могут развивать культурный туризм. Из этого следует важность культурного туризма для экономики культуры.

²⁴⁰ 皮埃尔·布迪厄、华康德:《实践与反思——反思社会学导引》,李猛、李康译,中央编译出版社1998年版,第135~136页。Пьер Будье, Хоаканд: «Практика и рефлексия - рефлексивное социологическое руководство», перевод Ли Мэна, Ли Кан, Центральное издательство компиляции и компиляции, издание 1998 года, стр. 135 - 136

²⁴¹ 刘华:《日本文化产业国家战略解读》,《湖北日报》2011年10月2日。Лю Хуа:«Национальная стратегическая интерпретация индустрии культуры Японии»,«Хубэй Дейли»2 октября 2011 года.

²⁴² 赵建国:《文化产业铺就“黄金之路”时间》,《中国知识产权报》2011年12月20日。Чжао Цзяньго:«Индустрия культуры проложила время «Золотой пути»,«Китайская газета интеллектуальной собственности»,20 декабря 2011 года.

Культурные ценности Экономизация культурного - пример культурного туризма

Культурный антрополог Кларк Хун (С. К. М. Kluckhohn) считает, Ценность - это внешний или скрытый взгляд на то, что « стоит». Эта так называемая « стоимость» и « недостойная» подразумевает то направление действий, которое люди выбирают или ищут в отношении чего - то или явления, то есть так называемую ценностную ориентацию.²⁴³ Все страны мира сознательно или бессознательно подразумевают определенную ценностную ориентацию в процессе культурной экономики. Эта ценностная ориентация находит отражение в ее политике, стратегии, планировании и проектировании индустрии культуры. Культурная индустрия включает туризм с точки зрения содержания, и анализ в этой статье в основном фокусируется Экономизация культурного в культурном туризме. Мы разделяем ценностную ориентацию индустрии культуры в разных странах мира следующим образом, в основном исходя из места экономических интересов в индустрии культуры страны. Например, в некоторых ценностных ориентациях преобладают экономические интересы. Такое экономическое превосходство также позволило ее индустрии культуры продвинуться вперед, тем самым повысив ее статус. Однако, поскольку преобладание экономических интересов является основным стремлением индустрии культуры, эта ценностная ориентация имеет исключительную « уникальность» и неизбежно будет игнорировать развитие самой индустрии культуры. Например, некоторые заимствуют название культурного туризма и развивают культурный туризм с некоторыми « поверхностными» культурными коннотациями. По сравнению с этим типом традиционная и вторичная модель культурной экономики более подходит для развития экономизации культурного. Например, храм Наньшань в Хайнане, парк Юйюань в Шанхае, Запретный город в Пекине и т. Д., Обращая внимание на защиту традиционной культуры при одновременном развитии экономики. Свобода, демократия, равенство и открытость являются важными условиями для содействия великому развитию и процветанию индустрии культуры. Когда рыночная

²⁴³ Kluckhohn C. , Value and value orientation in the theory of action: An exploration in definition and classification, New York: Harper and Row Publisher , 1951 . Kluckhohn C., "Ценность и ценностная ориентация в теории действий: определение и классификационное исследование", Нью - Йорк: Harper and Row Press, 1951.

экономика страны высоко развита, ценностная ориентация индустрии культуры не должна быть только экономической, она неизбежно будет проникать в различные сферы политической, культурной и социальной жизни по - разному. Возникновение культурного туризма, наряду с развитием культуры, достигло экономических целей и обеспечило статус экономических интересов, а также развитие культуры. Это традиционное и сопутствующее культурное экономическое развитие, безусловно, в большей степени соответствует концепции устойчивого развития.

Монтень считает, что разнообразие психологических потребностей человека требует защиты здоровой роли развлечений, а развлекательная природа популярной культуры помогает адаптироваться к огромному социальному давлению людей. Паскаль считал, что нужно спасать человеческие души, презирая чистые развлечения как уклонение от реальности и презрение, полагая, что развлечения - это образ жизни, который приносит только постоянные неприятности. Адорно, один из представителей « Франкфуртской школы», отмечает, что индустрия культуры является « целенаправленной бесцелью», т. е. « бесцелью» использования эстетики в целях коммерческой прибыли. Конечным результатом является эрозия и расширение логики капитала в направлении культуры. Французский социолог Бурдье делит капитал на четыре типа: « экономический капитал», « культурный капитал», « социальный капитал» и « символический капитал». По его мнению, продукция индустрии культуры, с одной стороны, имеет характер участия в рыночных потоках и прибыльности.²⁴⁴ Например, культурный туризм, то есть с развлекательным типом, но также относится к воплощению « индустрии», его комплексность, сложность и другие проявления, которые соответствуют психологическим потребностям человека, но также могут удовлетворить физиологические потребности человека. Таким образом, культурный туризм является одним из основных факторов развития экономизации культурного..

Ценность экономики Экономизация культурного - пример культурного туризма

²⁴⁴ 霍克海默、阿多诺:《启蒙的辩证法》, 重庆出版社 1990 年版, 第 148 ~ 149 页。Хоккеймер, Адорно: « Дialeктика Просвещения», издательство Чунцин, издание 1990 года, стр. 148 - 149.

Культурная индустрия является одним из конкретных проявлений экономики культуры, а экономические атрибуты являются одним из ее необходимых условий. Важной движущей силой развития экономики культуры является поиск новых точек экономического роста в культуре и реализация мечты о создании государства, богатых и могущественных стран. В процессе развития человеческой истории, хотя экономика и культура имеют свою относительную независимость, экономическая и культурная интеграция растет с повышением уровня человеческой цивилизации и развитием и прогрессом общества. Культурный туризм, который сегодня активно развивается, является одним из концентрированных и типичных проявлений такой интеграции.

Превращение культуры в индустрию, формирование промышленности и даже непрерывный рост и рост, его первоначальная мотивация не только активизирует культурное развитие, но и стимулирует экономику, богатую и могущественную сторону. Поэтому культурные и экономические факторы являются неотъемлемым элементом стратегического планирования и разработки развития индустрии культурного туризма. В отрыве от факторов и направлений экономического развития возрождение и развитие индустрии культурного туризма может быть только пустым разговором. Мы не согласны с ценностной ориентацией индустрии культурного туризма, в которой преобладают экономические интересы, но неоспоримым фактом является то, что экономические интересы являются важной целью и ценностной ориентацией индустрии культурного туризма.

В индустрии культурного туризма культура является фактором капитала, который приносит растущие экономические выгоды промышленности за счет распределения и интеграции с другими факторами производства. Социолог Коулман считает, что культурные факторы оказывают значительное влияние на эффективную трансформацию материальных ресурсов труда, капитала и природы для удовлетворения потребностей и желаний людей. Таким образом, с точки зрения способности создавать огромную экономическую ценность, культурный фактор можно рассматривать как своего рода «капитал», интегрированный в модель экономического развития. "Культурный капитал" включает в себя три формы существования: субъективную (в виде духовного и физического "стойкого характера"), объективную (в форме культурных товаров, таких как картины, книги,

словари, инструменты и инструменты и т.д.) и институциональную (например, образовательный диплом, выданный авторитетным органом в форме культурного капитала и ставший гарантийной квалификацией).²⁴⁵ Культурный туризм может содержать все формы, субъективные формы, например, "чувства"; Содержит объективные формы, такие как творческие продукты туристической культуры; Включает институциональные формы, такие как различные культурные ценности, включенные в список охраны, география и т.д.

В этом разделе существуют три типа экономизации культурного: преобладание экономических интересов, преобладание культурных интересов и распространение их наружу, культурные интересы и институты. Культурный туризм является одним из лучших способов развития, независимо от того, какой тип экономики культуры развивается.²⁴⁶

В этой книге утверждается, что « культура » и « экономика (капитал) » взаимодействуют и могут существовать независимо, что экономическая культура воплощает функцию взаимодействия, из культурного туризма видно, что некоторые культуры в отсутствие развития культурного туризма принадлежат к независимому существованию, культура по - прежнему развивается, а некоторые формы туризма, которые развивают только рекреационный туризм и не добавляют культурных элементов, не могут развиваться. Таким образом, "культура" и "экономика" могут развиваться независимо, но когда культура присоединяется к экономической поддержке, развитие заметно быстрее, а экономика присоединяется к культуре пост - индустрии "внутренняя" поддержка сильнее. По - прежнему в качестве примера можно привести культурный туризм, быстрое развитие которого является одним из его знаковых проявлений. Для поддержания устойчивого развития индустрии культуры необходимо поддерживать умеренный баланс между "культурой" и "экономикой". И когда трудно поддерживать равновесие, поддержание большего количества уже имеющегося содержания « культурного капитала » не будет чрезмерно опрокинуто « экономическим капиталом »,

²⁴⁵ 古德纳:《知识分子的将来与新阶级的兴起》,江苏人民出版社2002年版,第29页。Гуднер:«Будущее интеллигенции и подъем нового класса», Народное издательство Цзянсу, издание 2002 года, стр. 29.

²⁴⁶ 杨英法.文化图强正相宜--兼论邯郸市文化产业发展之路径[M].//北京:中国戏剧出版社.2007.б Ян Инфа Сильная культурная карта подходит - и о пути развития индустрии культуры в городе Ханьдань [M]. / Пекин: Китайское театральное издательство 2007.

относительно более благоприятным для развития индустрии культуры. Это и есть экономизация культурного.²⁴⁷

Субъектом культуры и экономики является человек, а функционирование экономики - это, в конечном счете, функционирование человека. Культура - это творение человека, и в то же время культура, в свою очередь, формирует человека, и цель культурного развития - лучше воспитывать « человека » в « письме ». Поэтому, как индустрия культуры, которая имеет двойную экономическую и культурную миссию, она, конечно же, должна быть идеальной целью и основным стремлением к свободному и всестороннему развитию человека. Однако индустрия культурного туризма отличается от индустрии культурного туризма. Хотя индустрия культурного туризма является проявлением экономизация культурного, она не полностью ограничена развитием экономизация культурного.

3.2 Культуризация экономики аспекты развития культурного туризма

Культура является отличительной чертой и отличительной чертой социального развития, а также социально - экономическим и политическим руководством. В определенных условиях общественного производства, жизни люди формируют специфические способы производства, образ жизни и образ мышления, сумма этих моделей поведения, мышления и их носителей - это культура в широком смысле, а материальные носители, связанные с ними, или деятельность, выражающаяся в определенных действиях, являются культурными продуктами. С улучшением промышленных технологий и улучшением духовных и культурных потребностей людей, культурное производство и распространение постепенно разворачиваются в форме рынка, масштабирования и стандартизации, феномен экономической культуры заметен, поэтому промышленная культура процветает.²⁴⁸ В то же время экономическое развитие все больше проникает в большее количество культурных факторов, тенденция экономической культуры

²⁴⁷ 王传荣、钱乃余《经济全球化进程中世界就业的规律性特征》//载于《世界经济研究》.2005年.第8期.第34-38页. Ван Чуанжун и Цянь Найюй « Регулярные характеристики занятости в мире в процессе экономической глобализации » / В « Исследованиях мировой экономики ». В 2005 году. Часть 8. Стр. 34 - 38.

²⁴⁸ 杨英法. 以经济文化一体化推动文化经济的兴起 / 杨英法, 郑彦生, 侯剑楠 // 河北工程大学学报 (社会科学版). - 2008. - 第 52 卷, 第 3 期. - 第 11-13 页. - Ян, Инфа. Содействие развитию культурной экономики через экономическую и культурную интеграцию / Инфа Ян, Яншэн Чжэн, Цзяннань Хоу // Журнал инженерного университета Хэбэя (издание по общественным наукам). - 2008. - Т 52, № 3. - С. 11-13.

очевидна, особенно яркое проявление экономической культуры в индустрии культурного туризма.

Для поддержания развития промышленной культуры необходимо поддерживать умеренный баланс между "культурой" и "экономикой". А когда трудно поддерживать равновесие, поддерживать "экономику" больше собственного содержания, в основном "экономика", культура как вспомогательное, это экономическая культурализация.²⁴⁹ Активно реагировать на новые потребности рынка культурного туризма. Внимательно следите за развитием и изменениями туристического рынка, через полевые исследования, посещения предприятий, интервью с пользователями, анализ больших данных и другие средства, чтобы понять культурные требования потребителей к туристическим продуктам и услугам. Наряду с экономическим развитием особое внимание уделяется культурному наследию и инновациям, сочетающим использование культурных и туристических ресурсов с потребительским спросом на туризм.²⁵⁰ В сочетании с новыми тенденциями потребления, инновационные продукты культурного туризма и другие культурные путешествия потребляют новые моды, обеспечивая культурный, персонализированный, разнообразный и интерактивный туристический опыт. Экономика и культура - это не только отдельные люди, но и единое целое. В то время как мы должны сосредоточиться на развитии экономики, мы также должны научиться присоединяться к культурным элементам и использовать культурные ресурсы.²⁵¹

Представитель экономической антропологии Полани отмечал: « Экономическая деятельность человека всегда погружается в его общественные отношения, его действия не направлены на защиту его личных интересов в отношении владения материальными продуктами; его действия направлены на защиту его социального положения, социальных прав и общественных активов».²⁵² По его мнению,

²⁴⁹ 王彦林. 文化经济化与经济文化化的逻辑及协同 / 王彦林 // 河北工程大学学报 (社会科学版) . – 2019 – 第 36 卷, № 2. – 第 1–6 页. – Ван, Яньлинь. Логика и синергия культурной экономизации и экономической культурализации / Ван Яньлинь // Журнал инженерного университета Хэбэя (издание по общественным наукам). – 2019. – Т. 36, № 2. – С. 1–6.

²⁵⁰ 巫文强. 《经济要为保障人的生存和发展而发展》 // 载于 《改革与战略》. 2010 年. 第 11 期. 第 10-11 页. Ву Вэньцян. « Экономика должна развиваться для обеспечения выживания и развития людей» // В « Реформе и стратегии». В 2010 году. Часть 11. Стр. 10 - 11.

²⁵¹ 赵贺 《发达国家高污染产业转移及我国的对策》 // 载于 《中州学刊》. 2001 年. 第 5 期. 第 30-31 页. Чжао Хэ « Передача отраслей с высоким уровнем загрязнения в развитых странах и контрмеры Китая » / Опубликовано в « Журнале Чжунчжоу». В 2001 году. Часть 5. Стр. 30 - 31.

²⁵² Polanyi K. 1944 The Great Transformation. New Your : Holt Rinehart & Winston P46.

различные элементы общественной жизни переплетаются в комплексе; экономика существует не как отдельное целое; она «встроена» в другие системы (культуры), такие как родство или религия. Поведение человека, определяемое кровным родством, религией, этикетом и т.п. (культурой). На самом деле скрываются и экономические функции производства и распределения имущества. В этом смысле экономическая система функционирует по неэкономическим мотивам. Это открывает горизонт экономического сравнения в первоначальном смысле культурной целостности и анализирует структуру экономики.²⁵³ Мы можем понять этот процесс таким образом, что для естественного выживания каждого человека общество нуждается в постоянном и непрерывном обмене веществ и услуг, в котором образуется структура. Общество или сообщество людей не может существовать без структурированного предложения товаров и услуг. Эта структурированная поставка не требует ни поверхностного восприятия каждого члена, ни каких-либо внешних церемоний поставки. Это выражается в глубоком осознанном «экономическом» поведении как члена общества. Осознание такого поведения определяется конкретными культурными факторами, такими как обычаи, мораль, закон и т.д. Мы также можем объяснить это на примере мотивации «максимизации доходов» в экономике. Желание людей «максимизировать» (бесконечное желание) на самом деле является продуктом культуры. Наша культура сегодня - это культура безграничных желаний. Только в этом случае дефицит может быть предметом экономики. Когда мы понимаем, что бесконечные желания на самом деле проистекают из взаимного отрицания людей, тогда дефицит - это всего лишь явление, а конфликт между людьми - истинная тема экономики. Поэтому вся экономическая деятельность человека имеет культурное значение. Вся культурная деятельность с самого начала несет в себе экономические факторы. Именно в этом смысле культура и экономика существуют или тают в поведении человеческой жизни и в том, как она существует.^{254,255}

1 Культурные особенности экономики

²⁵³ 陈庆德. 经济人类学 [M] //人民出版社 2001年. 66页. Чэнь Цинде. Экономическая антропология [M] // Народное издательство · 2001. 66 Ст.

²⁵⁴ 冯子标. 论文化的产业属性 [N] //山西日报.21.04.2003. Фэн Цзыбяо. О промышленных свойствах культуры [N] // Shanxi Daily 2.1.04.

²⁵⁵ David Throsby Economics and Culture Cambridge university press 2001. P67.

Экономическая культуризация - это новая тенденция экономического развития, сформированная с развитием экономического и культурного взаимодействия с 1970 - х годов, То есть в экономическом развитии знания, наука и техника, информация и даже эстетические, психологические и другие культурные элементы приобретают все более важное место, культурные элементы не только как среда и фон экономического функционирования, но и играют широкую роль и доминируют во всем процессе производства, распределения, обмена и потребления экономической деятельности, социальное производство вступает в эпоху высокой интеграции материального и духовного производства. Культура экономики характеризуется тремя важными особенностями.²⁵⁶

(1) Доминирование элементов культуры

Доминирование культурных элементов, таких как знания, наука и техника, информация и другие культурные элементы, постепенно доминируют в производстве продукции, корпоративных активах, промышленном развитии и росте и распределении национального богатства, все чаще становятся движущей силой и источником экономического роста. Питер Друкер, известный американский экономист - управленец, отметил: « Ресурсы, которые сегодня действительно доминируют, и абсолютно решающие факторы производства - это не капитал, не земля и труд, а культура».²⁵⁷

Доминирование культурных элементов проявляется в производстве продуктов, то есть духовные продукты, такие как знания, технологии и информация, « превращаются из внешних переменных первоначального экономического роста в эндогенные переменные производственных функций, из дополнительных вводимых ресурсов, прикрепленных к материальному капиталу (например, земле, сырью, рабочей силе), в первый элемент экономического роста, и их положение также превращается из первоначального придаточного в сущность».²⁵⁸

²⁵⁶ 张洪雷 《论经济文化化的发展趋势及其影响》 // 广西大学. 2005 年。 Чжан Хунлэй « О тенденциях развития экономической культуры и их влиянии» // Университет Гуанси, 2005 г.

²⁵⁷ [瑞典]约翰·诺贝尔格《为全球化申辩》(姚中秋、陈海威, 译) // 社会科学文献出版社. 2008 年. 第 65-67 页。 [Швеция] Джон Норберг « Защита глобализации » (Яо Чжунцю, Чэнь Хайвэй, перевод) // Издательство литературы по социальным наукам. В 2008 году. Стр. 65 - 67.

²⁵⁸ 彭分文. 《知识经济形态: 社会发展的新哲学视野》 // 载于 《求索》 2001 年. 第 2 期. 第 75-76 页。 Пэн Цзянвэнь. « Форма экономики знаний: новая философская перспектива социального развития» // Содержится в « Поиск, 2001 год». № 2. Стр. 75 - 76

Инновационный продукт 1920 - х годов состоит из 60% энергии и сырья плюс 40% технологий и знаний, в то время как инновационный продукт 1990 - х компьютерных чипов состоит из 2% энергии и сырья плюс 98% мышления, технологий и знаний.²⁵⁹

Культурные элементы доминируют в корпоративных активах, то есть технологии, бренды, товарные знаки, патенты и другие нематериальные активы постепенно заменяют машины, оборудование, заводы и другие материальные активы в качестве основного элемента содействия развитию предприятий, некоторые развитые западные страны передовые предприятия материальные активы и нематериальные активы достигли 1: 2 - 3, многие предприятия в Соединенных Штатах имеют долю нематериальных активов до 50 - 60%, в некоторых областях, таких как новая энергия и низкоуглеродная конкуренция, в основном проявляется в конкуренции интеллектуальной собственности, представленной патентами.²⁶⁰

Операции с нематериальными активами, особенно брендинг, стали самым передовым и важным способом ведения бизнеса. Доминирование культурных элементов проявляется в промышленном развитии, то есть высокотехнологичные отрасли с высокой эффективностью, низким потреблением, меньшим загрязнением или без загрязнения, постепенно заменяют неэффективные, дорогостоящие и загрязняющие традиционные отрасли, или отрасли культуры, в которых производство, распространение, использование и распределение культурных элементов, таких как знания и информация, являются основным содержанием деятельности, постепенно становятся важной опорой национальной экономики страны. Активное развитие культурного туризма является одним из конкретных проявлений экономической культуры в индустрии культуры.²⁶¹

(2) Психологизация туристических продуктов

²⁵⁹ 邱耕田.《发展哲学导论》//中国社会科学出版社.2001年.第235页。Цю Гэнтянь.«Введение в философию развития»//Китайское издательство социальных наук.В 2001 году.Стр.235.

²⁶⁰ 周五七、聂鸣《中国低碳技术创新企业专利战略研究》//载于《情报杂志》.2011年.第6期.第20-24页。Пятница 7, Nie Ming «Исследование патентной стратегии инновационных предприятий с низким уровнем выбросов углерода в Китае»/Опубликовано в журнале Intelligence Journal, 2011.№ 6. Стр. 20 - 24.

²⁶¹ 王成荣、邹珊刚《论品牌价值的来源及构成》//载于《商业研究》.2005年.第9期.第7-10页。Ван Чэнжун, Цзоу Шаньган «О происхождении и составе ценности бренда»//Содержится в «Коммерческих исследованиях». В 2005 году. № 9. Стр. 7 - 10.

Духовность продукта означает, что продукт все больше ориентируется на воспроизведение, символизирует духовные качества человека (жизненные ценности, ценности и т. Д.) или удовлетворение духовных потребностей человека, или производство, потребление, обращение продуктов и другие области все больше обращают внимание на духовные потребности человека и даже духовные факторы, содержащиеся в продукте, постепенно выходят за рамки материальных факторов, чтобы стать основным содержанием продукта. Духовность продукта отражается в производстве продукта, дизайн продукта все больше фокусируется на персонализации, плюрализме, и не только придерживается выражения «практических функций», но также основывается на проявлении человеческой «эмоции», и даже появляется «лирический» дизайн ценности непрактичных функций. Важным проявлением духовности продукта в потреблении является то, что люди потребляют продукты не только для материальных целей, но и для эмоциональной и идентичности, демонстрации личности и эстетического наслаждения, люди покупают продукты больше не слишком заботятся о «стоимости не рентабельной», но больше заботятся о «нравится или нет, любить или не любить». Спрос туристов на туристические продукты также имеет тенденцию к индивидуализации, плюрализму, не только довольствуясь простыми экскурсиями для отдыха, в дополнение к физическим ощущениям, но и начал преследовать духовное наслаждение, туристические продукты начинают нуждаться в душе, нуждаются в коннотации.²⁶²

(3) Гуманизация экономического развития

Доминирование культурных элементов и духовность продуктов постепенно переходят от сосредоточения внимания на «веществах» к сосредоточению внимания на «человеке», то есть экономическое развитие постепенно индивидуализируется, Экономическая деятельность не только преследует высокий рост материального богатства и высокое потребление материальной жизни, но и уделяет больше внимания тому, соответствует ли она человеческим идеалам, убеждениям и морали, является ли она более благоприятной для реализации координации между человеком и природой и человеческими и социальными

²⁶² 李永建、冯天丽《知识工人及其科学管理逻辑》// 载于《现代管理科学》. 2003年. 第12期. 第3-4页. Ли Юнцзянь, Фэн Тяньли «Интеллектуальные рабочие и их научная логика управления» / в «Современной науке управления». 2003 год № 12. Страницы 3 - 4.

отношениями, является ли она более благоприятной для « свободного и всестороннего развития», что проявляется в быстром развитии « зеленой экономики, основанной на эффективности, гармонии и устойчивости в качестве цели развития, с экологическим сельским хозяйством, круговой промышленностью и непрерывным обслуживанием в качестве основного содержания». В туризме все больше внимания стало уделяться охране окружающей среды, что привело к экотуризму, зеленому туризму и так далее.²⁶³

В сфере услуг индустрия непрерывного обслуживания с энергосбережением, здоровьем и гигиеной в качестве контента быстро растет, индустрия туризма также начала уделять все больше внимания устойчивому развитию промышленности, качеству услуг, культуре и духовности.²⁶⁴

2 Влияние культурной экономики на развитие туризма

Как новая тенденция культурного и экономического развития, культурализация экономики демонстрирует двунаправленный характер развития современного человека, проявляющийся в следующих трех аспектах.

(1) Доминирование культурных факторов приводит к дифференциации зависимости туристов от туристических продуктов

Маркс писал: « Разница между различными экономическими эпохами не в том, что производить, а в том, как производить, с какими средствами труда производить.

Доминирование культурных элементов, таких как знания, технологии и информация, как форма экстернализации нематериальных активов, не только позволяет туристической экономике « строить свою экономику на важном ресурсе, который не только воспроизводится, но и может быть самодостаточным, и никогда не будет проблемы истощения ресурсов».²⁶⁵ Кроме того, статус и роль культурного туризма в развитии туризма становятся все более заметными, так что развитие индустрии туризма все больше фокусируется на культивировании культурного содержания, то есть на накоплении культурных элементов.

²⁶³ 姜孔桥、张明玉、党志刚《发展循环经济，建设石化生态工业园区》//载于《管理现代化》2008年.第3期.第36-38页. Цзян Концяо, Чжан Минъюй, Партия Чжиган « Развитие круговой экономики, строительство нефтехимического экотехнологического парка» // Содержится в « Модернизация управления» 2008 года. № 3. Стр. 36 - 38.

²⁶⁴ 巫文强.《经济要为保障人的生存和发展而发展》//载于《改革与战略》. 2010年.第11期.第10-11页. Ву Вэньцян. « Экономика должна развиваться для обеспечения выживания и развития людей» // В « Реформе и стратегии». В 2010 году. № 11. Стр. 10 - 11.

²⁶⁵ 王成荣、邹珊刚.《论品牌价值的来源及构成》/载于《商业研究》//2005年.第9期.第7-10页. Ван Чэнжун, Цзоу Шаньган. "О происхождении и составе стоимости бренда" / опубликовано в Business Research // 2005. № 9. Стр. 7 - 10.

Культурная коммуникация направлена на установление связей между экономическим развитием и способностью подчеркивать и уважать культуру и ее ценности. Культурные, дифференцированные, открытые и инновационные общества позволяют туризму постепенно выходить за рамки зависимости от природных ресурсов, рабочей силы, капитала и других «независимости, основанной на материальной зависимости», закладывая фундамент для всестороннего развития туризма.²⁶⁶

Однако индустрия туризма, в которой доминируют культурные элементы, также является процессом коммерциализации культурных элементов. Знания, технологии, информация и другие культурные элементы в качестве доминирующих факторов производства идут на туристический рынок, следуя принципу максимизации прибыли, особенно в области индустрии культурного туризма, где производство, распространение, использование и распределение культурных элементов являются основным содержанием деятельности, культурные элементы более непосредственно связаны с деньгами, «культурные элементы, то есть товары, то есть культурные элементы», но погоня за чрезмерной прибылью также может привести к искажению культурных элементов. В этом смысле доминирование культурного элемента лишь привело к тому, что «зависимость туриста от традиционного туризма», ориентированная на «вещий» туризм, перешла к «зависимости туриста от культуры», ориентированной на «духовное преследование».²⁶⁷

(2) Психологизация туристических продуктов повышает или отчуждает духовные потребности туристов

Материальная потребность есть потребность в том, чтобы «человек есть непосредственно естественное существо», а духовная потребность есть потребность человека как «общественного существа». Богатство духовных потребностей и степень их реализации являются важными признаками уровня развития туристических продуктов. Духовность продукции в области проектирования, производства, потребления, обращения продукции для

266 白凯, 资明贵, 袁祖社. 文旅深度融合的公共性解读 [J] // 旅游学刊. 2024. 第 1 期. 3-6 页. Бай Кай, Цзянь Мингуй, Общество Юань Цзу. Публичная интерпретация глубокой интеграции Вэньцзинь [J] Туристический журнал. 2024. Часть 1. 3 - 6 Страницы...

267 林祥金. 《世界生态农业的发展趋势》 // 载于《中国农村经济》. 2003 年. 第 7 期. 第 76-80 页. Линь Сянцзинь. «Тенденции развития мирового экологического сельского хозяйства» // В «Сельская экономика Китая». 2003 год № 7. Стр. 76 - 80.

удовлетворения духовных потребностей туристов персонализированное, диверсифицированное внимание. Духовные потребности проявляются и становятся потребностями туристов, так что люди в процессе проектирования, производства, потребления, обращения творческих туристических продуктов для реализации самовыражения, стремления к себе, подтверждения своих духовных потребностей, высокая степень интеграции материального производства и духовного производства позволяет туристам преследовать новые туристические потребности, духовность туристических продуктов повышает духовные потребности человека²⁶⁸

Эмоции, идентичность, репутация, мораль, совесть и другие духовные качества жизни туристов переросли в материальное и инструментальное существование, которое в конечном итоге проявляется в существовании денежных символов в экономике и обществе туристических продуктов, что, несомненно, подрывает трансцендентность и возвышенность духовных потребностей человека.

(3) Развитие экономики туризма гуманизация оптимизация среды для выживания и развития туристов

Дифференциальное и инновационное развитие туризма "культура, экономическая устойчивость как цель развития. индустрия культурного туризма как основное содержание" экономическая культурализация. Модель культурного туризма изменяет традиционное экономическое развитие, позволяя туристам использовать культуру « разумно регулировать материальные преобразования между культурой и экономикой».

Экономика должна развиваться, чтобы гарантировать выживание и развитие человека, Как новая тенденция развития экономического и культурного взаимодействия сегодня, экономическая культуризация - это обоюдоострый меч для развития человека. В процессе инноваций в экономической системе и совершенствования политических и правовых механизмов наша страна должна в полной мере уделять внимание тому, чтобы играть позитивную роль экономической культуры в развитии человека, устранять ее негативные факторы и лучше содействовать свободному и всестороннему развитию человека.

268 姜孔桥、张明玉、党志刚《发展循环经济，建设石化生态工业园区》// 载于《管理现代化》2008年，第3期，第36-38页。Цзян Концяо, Чжан Минъюй, Партия Чжиган « Развитие круговой экономики, строительство нефтехимического экопромышленного парка» // Содержится в « Модернизация управления» 2008 года. Часть 3. Стр. 36 - 38.

Так как экономика "встраивается" в культуру, культура неизбежно оказывает влияние на экономическое поведение "встроенных" в нее индивидов. Влияние культуры на мышление и поведение отдельных лиц в рамках группы также оказывает значительное влияние на поведение группы в целом. В этом процессе экономика неизбежно приобретает культурный оттенок, называемый культурализацией экономики. Такое предложение может быть выдвинуто как в отношении компании (основанной на конкретном культурном предприятии), так и в отношении народа (который сохраняет общие ценности, включая религию, убеждения, социальные привычки, генетические традиции и т.д.). Таким образом, мы можем предположить, что влияние культуры на экономику проявляется в трех направлениях. Во - первых, культура может влиять на экономическую эффективность. Например, если существование какой - либо культурной ценности позволяет людям делать более эффективный выбор в отношении поведения, более оперативно и динамично внедрять новшества и лучше приспосабливаться к изменениям окружающей среды, то экономическое производство этой группы может в конечном счете отражать более высокие экономические выгоды (для компании) или более высокие темпы экономического роста (для экономики страны). Во - вторых, культура может влиять на справедливость - создание социальных механизмов, которые могут выражаться в воспитании общих этических принципов заботы о других и поощрении такой заботы. Влияние культуры равенства будет проявляться в распределении ресурсов в группах, руководствуясь идеей « все члены имеют равные результаты». Например, если воспитание следующего поколения становится общей культурной ценностью в обществе, то экономическое равенство или стремление к равенству проявляются в отношениях между двумя поколениями. В - третьих, культура часто влияет на цели экономического или социального развития, которые преследуют группы, и даже определяет их. Как правило, культурные ценности будут полностью соответствовать стремлению к материальному прогрессу, и успех будет измеряться материальным прогрессом. В других обществах социальная культура, как правило, уменьшает материальные стремления, а скорее нематериальные стремления, связанные с различными качествами жизни.²⁶⁹ Это сказывается на темпах и

²⁶⁹ David Throsby Economics and Culture Cambridge university press 2001. P67.

направлениях экономического развития, и в этом случае определение успеха и неудачи существенно отличается от определения первого. Если малайцы, живущие в штате Джохор на юге Малайского полуострова, наслаждаются самым высоким уровнем жизни, они считают, что богатство должно наслаждаться, не накапливая денег. Таким образом, рациональный экономический цикл Запада здесь неустойчив, массы в целом страдают от бедности, болезней и низкого уровня образования. В середине 20 - го века правительство приняло различные меры для содействия местному экономическому развитию, и доходы крестьян также увеличились, но эти крестьяне не вкладывали возросшие доходы в расширение и воспроизводство, как предполагала современная экономика, а тратили все на развлечения. В конце концов, экономическое положение этих крестьян не только не улучшилось, но и ухудшилось.²⁷⁰ Кроме того, в колумбийском индейском обществе кваретов существовала экстенсивная форма потребления - куафоризм. Это средство, с помощью которого высокопоставленные местные жители конкурируют за более высокие позиции, уничтожая свое богатство. Цель создания излишков - завоевать престиж за счет щедрых пожертвований. Однако, в отличие от западного общества, основное внимание уделяется не накоплению вещей, которые другие не могут получить, а отправке или удалению личных вещей. Это свидетельствует о влиянии различных культурных традиций на экономическое развитие в традиционном смысле. Традиционные отрасли экономики, производящие продукцию, уже не могут удовлетворить потребности клиентов. В современном обществе спрос на духовный мир становится все выше и выше, культурализация экономических отраслей становится все более актуальной, особенно туризм, традиционный туризм, основанный на туризме, постепенно не может удержать туристов, туризм все больше нуждается в культурной коннотации, энергичное развитие культурного туризма также является одним из его конкретных проявлений.

Современное общество вступило в эпоху «экономической культурализации». Так называемая «культуризация экономики», также известная как «экономика знаний», относится к культурным, научно - техническим, информационным и даже психологическим элементам в развитии современной экономики, которые играют все более важную роль. Культурные и психологические элементы стали важными

²⁷⁰ 李亦园. 人类的视野 [M] // 上海文艺出版社. 1996. 版 28 页 .Ли Июань. Перспективы человечества [M] // Шанхайское литературное издательство. 1996. Версия 28 стр.

факторами экономического развития, и на фоне этой эпохи культурный туризм играет особенно важную роль в развитии культурных, моральных, психологических и других качеств человека.²⁷¹

Преимущества экономической культуры для туризма проявляются главным образом в следующих областях:

Разнообразить содержание индустрии туризма : Культура - это душа индустрии туризма, экономическая культура может обогатить содержание индустрии туризма, улучшить опыт туризма. Применение культурных элементов делает туристическую деятельность не просто осмотром достопримечательностей, а интеграцией в историю, искусство, фольклор и многие другие аспекты опыта, повышая привлекательность и уникальность туризма.

Содействие экономическому развитию на местном уровне: развитие экономики туризма оказывает значительное стимулирующее воздействие на местную экономику. Туризм, как важный сектор с диверсифицированной экономикой, может стимулировать развитие смежных отраслей, таких как питание, жилье, транспорт и розничная торговля. Потребительское поведение туристов в туристическом процессе, такое как питание, проживание, шопинг и т. Д., Непосредственно способствует процветанию местной экономики.

Улучшение строительства туристических объектов : По мере развития местной экономики правительство имеет возможность инвестировать в строительство туристической инфраструктуры, такой как транспортные сети, жилые помещения, рекреационные объекты и т. Д. Совершенствование этих объектов не только повысит туристический опыт туристов, но и привлечет больше туристов, сформирует добродетельный круг и будет способствовать дальнейшему развитию местной экономики.

Привлекательность туристов: Каждое место имеет свою уникальную культуру и традиции, и эти культурные ценности являются одним из важных факторов привлечения туристов. Демонстрация местной культуры и традиций через фестивальные торжества, ремесла, кухню, фольклорные представления и другие

²⁷¹ 董宝华, 张春秘, 陈卓.“经济文化化”时代的高校审美教育 The Aesthetic Education at Universities in the Era of "Economic Culture" //2010 Third International Conference on Education Technology and Training (ETT).2010. 240-242 页 .
Донг Баохуа, Чжан Чунь Тай, Чэнь Чжуо. Aesthetic Education at Universities in the Era of "Economic Culture" / 2010 Third International Conference on Education Technology and Training (ETT) 2010. 240 - 242 страницы.

формы не только привлекают туристов, но и стимулируют потребительские желания туристов, тем самым стимулируя местное туристическое потребление

Содействовать развитию праздничной экономики : В праздничной экономике, гуманитарная экономика, национальная приливная экономика и другие яркие пятна позволяют туристам потреблять, осмеливаться потреблять, готовы потреблять, полностью раскрывать потребительский потенциал. Правительство и предприятия способствовали дальнейшему развитию экономики отпусков посредством таких мер, как выдача потребительских ваучеров, льготные субсидии для электронной коммерции и снижение налогов и сборов.

Подводя итог вышесказанному, культурализация экономики принесла значительные выгоды туризму, обогатив содержание туристической индустрии, способствуя местному экономическому развитию, повышая строительство туристических объектов, привлекая туристов и продвигая экономику праздников.

3.3 Культурные и экономические интеграции аспекты развития культурного

Интегрированное развитие « Культура + туризм» на самом деле является развитием культурной и экономической интеграции, является одним из конкретных проявлений культурной и экономической интеграции и становится одним из важных двигателей для содействия культурному развитию, экономической трансформации и модернизации. Активизация культурного наследия, трансформация туризма и качественное развитие местной экономики. Культурный туризм является типичным проявлением Культуризация экономики, экономизация культура и интеграции.

Культура - это "душа" человеческого общества, признак социально - экономического, политического руководства и уровня социального развития. В то время как экономическое развитие закладывает прочную материальную основу для развития культуры, развитие культуры требует большего объема инвестиций, будь то строительство культурной инфраструктуры, предоставление культурных продуктов и услуг или подготовка культурных кадров, необходимы капитальные инвестиции; Экономика является основой культурного развития, играет

вспомогательную роль в развитии культуры, развитие культуры основано на существовании и росте потребительского спроса в обществе и культуре, культурное развитие в определенной степени осуществляется стимулированием и стимулированием потребительского спроса в культуре, а формирование и рост потребительского спроса в культуре поддерживается определенным уровнем доходов населения. Особенно важное значение имеет интеграция экономического и культурного развития. Экономическая и культурная интеграция является важной тенденцией современного экономического и социального развития. В процессе модернизации экономическое развитие обеспечивает необходимую материальную основу для культурного развития, которое дает мощный импульс экономическому развитию. Социализм с китайской спецификой - это социализм, который развивается скоординированно и всесторонне продвигается в экономической, политической и культурной областях. Мы должны придерживаться принципа «схватить обе руки, обе руки должны быть жесткими», содействовать скоординированному экономическому и культурному развитию и добиваться всестороннего социального прогресса.²⁷²

(1) Культуризация экономики

Экономика никогда не покидала культуру. Туризм, собирательство, охота, земледелие и земледелие содержат культурные факторы, такие как выбор объекта, передача опыта, сотрудничество и взаимная помощь, стиль, форма, резьба, функция и другие конкретные культурные факторы, которые более проникают в объективизацию человека в ручном и промышленном производстве. До тех пор, пока деятельность человека неизбежно включает культурные элементы, это еще не элементы экономической культуры. Экономическая культурализация относится к процессу постепенного увеличения культурных факторов в экономической деятельности и становится важным фактором, ведущим экономическое развитие, то есть конкретная культура в качестве «точки продажи» для управления экономикой, ее суть по - прежнему является экономикой. Существует несколько

²⁷²新重庆-重庆日报首席记者 陈维灯.坚持以文塑旅、以旅彰文 扎实推进文旅深度融合发展 /重庆日报 19 10 2024 日/第 №5. Чэнь Вэйгуан, главный корреспондент газеты «Синьцин - Чунцин дейли». Придерживайтесь формирования бригады, прочного продвижения глубокой интеграции и развития бригады с бригадой Чжанвэнь / Chongqing Daily 19 10 2024 / № 5.

основных форм Культуризация экономики:²⁷³ (1) Повышение добавленной стоимости продукта с помощью конкретной культуры, например, использование известного товарного знака бренда, получение рыночной стоимости бренда и повышение цены продукта. (2) Увеличение объема продаж продукта с помощью определенной культуры, например, путем рекламы продукта на медиаплатформе. (3) Улучшение производственных и эксплуатационных возможностей с помощью конкретной культуры, например, предприятия, как правило, сосредоточены на формировании позитивной корпоративной культуры, чтобы объединить мышление сотрудников, повысить эффективность управления и тем самым улучшить производственные и эксплуатационные возможности. (4) Стимулирование определенной экономической деятельности с помощью конкретных культурных мероприятий для достижения экономического роста, таких как туристические конгрессы, которые часто называют «культурная башня, экономическое пение»²⁷⁴, тематические фестивальные выставки, торговые фестивали и так далее. Экономика культурализация является неизбежным продуктом изменения экономической формы и отраслевых инноваций, результатом культурных потребностей людей, культурной жизни и культурного преследования, но мы должны признать, что без экономической деятельности не будет экономической культуры.

(2) Экономика культурализация

Культура является отражением политики и экономики, а также контрпродуктивна в политике, экономике, экономике и политике есть культура, в культуре также есть политика и экономика, культура находится в экономической и политической жизни. Эта отражающая самобытность и внутренность культуры в основном определяется динамикой и преемственностью человеческого сознания, что также является неотъемлемой основой его относительной независимости. С точки зрения истории культурного развития, «дистанция» и «плотность» культуры и экономики постепенно сужаются. «Расстояние» между культурой и экономикой, с одной стороны, показывает расстояние от духовного отражения материального «трансграничного», и культурная реакция на экономику часто

²⁷³ 记者 马朝丽.深化文化体制机制改革 推进文旅深度融合发展——访省文化和旅游厅党组书记、厅长张才/河北日报 20.09.2024//第. № 2.Журналист Ма Чаоли. Углубление реформы культурной системы и механизмов и содействие глубокой интеграции и развитию культурных путешествий - посещение секретаря и директора партийной группы провинциального департамента культуры и туризма Чжан Цай / Хэбэй Daily 20.09.2024 / № 2.

²⁷⁴ 王菲.文旅深度融合赋能高质量发展/经济导报//06/09/2024. 第 №6 版.Фэй Ван. Глубокая интеграция Wenbi дает возможность для высококачественного развития / Экономический бюллетень // 06 / 09 / 224. Версия № 6

требует политики в качестве посредника для постепенного продвижения и проникновения, это « расстояние »²⁷⁵ проявляется; С другой стороны, культурное наследие определяет, что современная культура содержит культурное содержание и факторы прошлых эпох, которые наследуют культурное содержание, которое явно « далеко» от экономического положения современной эпохи. Но эта « дистанция» демонстрирует тенденцию к быстрому сокращению по мере ускорения социального развития, и культурная и экономическая близость становится все сильнее и сильнее. Экономизация культуры - это процесс, в котором конкретный культурный контент материализуется в качестве материального носителя и входит в экономическую сферу или ведет к определенной экономической деятельности, то есть процесс индустриализации культуры, его суть по - прежнему является культурой. Экономизация культуры, направленная на удовлетворение потребностей современного общества и культуры, с особым культурным содержанием в качестве ядра и широким применением современной науки и техники в качестве материальной основы, является продуктом сочетания культурных потребностей человека и социально - экономического развития.

(3) Экономика культуры

Экономизация культура и культулизация экономика - это два аспекта одного и того же процесса. Экономизация культура - это культура, способствующая экономическому росту и развитию. культулизация экономика - это экономика, которая расширяет широту и глубину культуры. Отношения, в которых культура отражает экономику и взаимодействует, определяют, что между Экономизация культура и культулизация экономика не может быть четкой границы, но может быть определена только в теоретических исследованиях. На самом деле они представляют собой отношения, которые пересекаются и « у вас есть я, у меня есть вас», которые можно назвать экономизация культура в широком смысле.²⁷⁶

Экономизация культура и культулизация экономика - это слияние культуры и экономики, означающее, что они все чаще происходят, расширяются, резонируют и

²⁷⁵ 翁钢民 王宁.文旅深度融合发展赋能中国式现代化: 逻辑、挑战与提升路径 /治理现代化研究//09.2024.第40卷第5期 63-71页. Вэн Ганмин Ван Нин. Глубокая интеграция и развитие Вэньцзинь позволяют модернизировать китайский стиль: логика, проблемы и пути продвижения / исследование модернизации управления // 09.2024. Том 40, № 5, стр. 63 - 71

²⁷⁶ 张朝枝, 朱敏敏.文化和旅游融合:多层次关系内涵、挑战与践行路径 [J].旅游学刊, 03.2020.62-71页. Чжан Чаочжи, Чжу Минмин. Интеграция культуры и туризма: содержание многоуровневых отношений, проблемы и пути практики [J]. Журнал туризма, 03.2020.62 - 71 стр.

развиваются на одном и том же социальном уровне и канале, пока слияние не продвигается вперед, одновременно удовлетворяя материальные и духовные потребности людей. Сочетание культуры и экономики открывает новые источники социального развития. В настоящее время Китай находится в новой норме социально - экономического развития. Экономическая структура переходит от инкрементного расширения к глубокой корректировке запасов и одновременному совершенству.²⁷⁷ Способ развития переходит от масштабного и быстрого к качественно - эффективному. Индустрии с высокими затратами, высоким потреблением, высоким загрязнением и низкой эффективностью будут сокращены или устранены, заменены зелеными отраслями с низким потреблением, низким уровнем загрязнения, высокой добавленной стоимостью, высокими знаниями и высокой эффективностью, а культурная экономика соответствует этим низкоуглеродным экологическим, устойчивым и интеграционным характеристикам и становится новым ярким пятном в развитии современной промышленности в новой норме, новым направлением экономической трансформации и новым двигателем экономического развития. Интеграция культурной экономики с наукой и техникой, туризмом, финансами и даже промышленностью, сельским хозяйством и другими традиционными отраслями промышленности в реструктуризацию, трансформацию и модернизацию промышленности породила новую индустриальную форму. Тенденция «Культура + Интернет + технологии + туризм», одновременно улучшая структуру промышленности, создает бизнес - модель с высокой добавленной стоимостью, которая является типичным сочетанием культурной экономики и экономической культуры. Экономика культуры имеет широкое и узкое значение. Культурная экономика в широком смысле означает сочетание культурной и культурной экономики. В результате возникла новая междисциплинарная дисциплина - экономика культуры, которая рассматривает все социально - экономические явления с культурной и экономической точек зрения, исследует и раскрывает культурные факторы в экономических явлениях, экономические факторы в культурных явлениях и законы их культурного и экономического взаимодействия. С быстрым экономическим ростом и большим

²⁷⁷ 宋瑞, 刘倩倩.中国式现代化背景下的乡村旅游: 功能、短板与优化路径 [J].华中师范大学学报(自然科学版), 01.2024.36-45 页.Сун Жуй, Лю Цяньцян. Сельский туризм в контексте модернизации китайского стиля: функции, короткие доски и оптимизированные пути [J]. Журнал Хуачжунского педагогического университета (издание естественных наук), 01.2024.36 - 45 стр.

культурным развитием и процветанием в нашей стране исследования в области экономики культуры демонстрируют оживленную тенденцию.

В узком смысле культурная экономика, относится только к экономическим атрибутам культуры, представляет собой совокупность производственных мероприятий, которые предоставляют культурные продукты и связанные с культурой продукты для общественности, которые можно разделить на две части: во - первых, культура в качестве основного содержания, создание, производство, распространение, демонстрация и другие культурные продукты (включая товары и услуги) для непосредственного удовлетворения духовных потребностей людей, в том числе новостные информационные услуги, производство контента, услуги творческого дизайна, каналы культурной коммуникации, культурные инвестиционные операции и культурно - развлекательные услуги и другие мероприятия. Во - вторых, это такие виды деятельности, как вспомогательное производство и посреднические услуги в области культуры, производство культурной техники и конечное производство (включая производство и продажу) для культурного потребления, необходимые для реализации производственной деятельности культурных продуктов. Экономика культуры включает в себя как государственные культурные услуги, так и культурную индустрию. Культурный туризм относится к категории государственной экономики в экономике культуры, а индустрия культуры относится к категории гражданской экономики в экономике культуры. С глубокой интеграцией и развитием экономической культуры и культурной экономики культурная экономика, особенно индустрия культуры, все чаще становится важной опорой национальной экономики. Растет понимание того, что мощная страна, богатое население и конкуренция между странами в основном зависят от сочетания экономических, культурных и политических факторов, а культурная экономика занимает как раз точку сбора трех, она является одновременно и частью жесткой экономической силы, и « катализатором» культурной и политической мягкой реальности, « инкубатором», « усилителем». Развитие экономики культуры зависит от скоординированного развития

государственных культурных услуг и индустрии культуры при координирующей роли правительства и рынка.²⁷⁸

(4) Совместное продвижение: совместный вклад культурного туризма и индустрии культуры в социально - экономическое развитие и удовлетворение культурных потребностей

Культурное развитие и процветание неотделимы от социально - экономического развития. Социально - экономическое развитие также неотделимо от культурного развития и процветания. Общая цель культурного развития и процветания и социально - экономического развития заключается в удовлетворении материальных и культурных потребностей людей в продуктивной жизни. В условиях современного общества существует один из путей и способов удовлетворения культурных потребностей – культурный туризм.

Взаимное развитие культурного туризма и других отраслей культуры

Культурный туризм - это деятельность, которая может удовлетворить основные культурные потребности людей и одновременно поставлять культурные продукты. Основным объектом культурного туризма является туризм, поэтому больше внимания уделяется экономизация культуры. Культурная индустрия, производство и эксплуатация культурных товаров и культурных услуг в качестве основного содержания, создание прибыли в качестве ядра, культурные предприятия в качестве основы, культурные ценности в качестве связей сотрудничества в коммерческих ценностях, с акцентом на экономическую культуризации. Культурная индустрия, как правило, характеризуется промышленным культурным поведением, предпринимательством, рыночным преобразованием культурных ценностей, двойной функцией культуры и экономики, высокими технологиями и высоким интеллектуальным содержанием. Культурный туризм, как и другие отрасли культуры, является способом и способом удовлетворения культурных потребностей, точкой сбора социально - экономических и культурных, но его субъекты, цели, формы и механизмы различны. Культурный туризм является одной из отраслей культуры, индустрия культуры направлена на получение прибыли предприятиями культуры и реализацию экономической ценности культуры, регулируется рынком, проявляется в предпринимательском и индустриальном

²⁷⁸ 智库 .推进文旅深度融合发展/经济日报/2024 年/8 月/17 日/第 010 版 .Аналитический центр. Содействие глубокой интеграции и развитию культурных путешествий / Economic Daily //17.2024. № 10.

поведении предприятий, реализует рыночную операционную систему предприятий. Индустрия культуры под рыночным контролем поставляет рентабельные, персонализированные и рыночные культурные продукты, такие как радио, кино и телевидение, театральные представления, культурные развлечения и т. Д. При существующих производительных силах культуры, правительство и рынок двухколесного привода, два подсектора, подкатегории, иерархии, звенья, дополняют друг друга, взаимно усиливают друг друга, совместно служат для удовлетворения культурных потребностей людей, что является реалистичным способом поставки научной культурной продукции в реальных условиях.

Синергия индустрии культуры является основным способом стимулирования социально - экономического развития и удовлетворения культурных потребностей.²⁷⁹

Социально - экономическое и культурное развитие является результатом многогранного взаимодействия, однако на разных исторических этапах и в социальных условиях решающую роль играют различные факторы. В настоящее время мировая экономика демонстрирует состояние «новой посредственности», характеризующееся долгосрочным низким экономическим ростом в качестве основной характеристики, что проявляется в восстановлении, медленном росте при корректировке, слабом спросе, дифференциации тенденций, усилении беспорядков, заметном риске снижения и т. Д., Мировая экономика в течение определенного периода времени будет по - прежнему находиться в низкоскоростной и неравномерной тенденции роста, но для того, чтобы полностью перейти к стабильному и устойчивому росту, необходимо пройти длительный извилистый процесс. С ростом общей национальной мощи и внешней ориентации Китая новый тип взаимодействия между нашей страной и мировой экономикой становится все более очевидным. На данном этапе экономическое развитие Китая вступило в «новую нормальность», в которой краткосрочные колебания и средне - и долгосрочное снижение переплетаются, что проявляется в переходе темпов экономического роста от высоких темпов роста к средне - и высокоскоростному росту, непрерывной оптимизации и модернизации экономической структуры, от

²⁷⁹ 279 张云龙. 城市文化主题公园景观营造 / 张云龙 // 现代园. - 2016. - № 4. - 第 101 页. - Чжан, Юньлун. Ландшафтное строительство городского культурного тематического парка / Юньлун Чжан // Современный парк. - 2016. - № 4. - С. 101.

факторов и инвестиций к инновациям. Новая норма не только содержит возможности для развития с долгосрочными перспективами общего улучшения нашей экономики, но и ставит новые вопросы и проблемы для экономического и социального развития нашей страны в настоящее время и в предстоящий период. Мы должны видеть, что развитие нашей страны все еще находится в важном периоде стратегических возможностей, которые могут многое сделать. При новой норме изменения скорости, структурной оптимизации и преобразования энергии фундаментальные основы долгосрочного улучшения экономики не изменились, перспективы развития по - прежнему широки и имеют огромную устойчивость, потенциал и пространство для маневра. « Новая банальность » мировой экономики и « новая нормальность » нашей экономики требуют найти прорыв, изменить традиционный способ развития и инновационного развития.²⁸⁰

В настоящее время, под влиянием нового раунда научно - технической революции, такой как Интернет, большие данные, биотехнологии и интеллектуальные технологии, « трансграничная и интеграция » различных отраслевых форм промышленности, возглавляемых технологической революцией и продиктованных новым рыночным спросом, стала новой особенностью и новой тенденцией нынешнего социально - экономического развития. Промышленные изменения готовы к началу, что проявляется в интеграции обрабатывающей промышленности и сферы услуг, интеграции финансового капитала и реальной экономики и трансграничной интеграции отраслей, связанных с Интернетом. Новые отрасли, новые форматы и новые модели откроют новое пространство для развития и прорыва. Начните с тенденции культурной и культурной экономики и воспользуйтесь возможностью культурного и экономического слияния, что является прорывом в социально - экономическом и культурном развитии мира и

²⁸⁰ 280 孙洋. 论宗教旅游与跨文化交流 / 孙洋 // 吉林工商学院学报. - 2014. - 第 30 卷, № 1. - 第 32-35 页. - Сунь, Ян. О религиозном туризме и межкультурной коммуникации / Ян Сунь // Журнал Цзилиньского института бизнеса и технологий. - 2014. - Т. 30, № 1. - С. 32-35.

280 文旅智谈十二篇 / 主编:赖春梅;博雅方略研究院. - 北京出版社, 2019. - 第 414 页. - Двенадцать бесед о культурном туризме / ред. Лай Чуньмэй; Институт гуманитарных исследований и стратегии. - Пекин: Пекинский Издательский Дом, 2019. - 414 с.

280 郭全中. 我国文化产业园研究 / 郭全中 // 新闻界(产经论坛). - 2012. - № 18. - 第 62-67 页. - Го, Цюаньчжун. Исследование парков культурной индустрии в Китае / Цюаньчжун Го // Пресса (Санкей Форум). - 2012. - № 18. - С. 62-67.

280 Васинская, М. В. Культурный туризм в Петродворце в 1960-е гг. / М. В. Васинская // Вестник СПбГИК. - 2019. - № 4. - С. 28-32.

280 魏小安. 特色小镇与旅游发展 / 魏小安 // 商业观察. - 2017. - № 4. - 第 76-81 页. - Вэй, Сяоань. Характерные города и развитие туризма / Сяоань Вэй // Наблюдение за бизнесом. - 2017. - № 4. - С. 76-81.

нашей страны. Государственные культурные услуги и индустрия культуры, которые сочетают в себе культурную и экономическую конвергенцию, выступают в качестве первопроходцев в деле трансграничной интеграции благодаря своим уникальным промышленным цепочкам создания стоимости, быстрым темпам роста и широкому спектру проникновения, влияния и радиации. "Культура + технология", "Культура + финансы", "Культура + торговля", "Культура + творчество", "Культура + туризм", "Культура + дизайн" и так далее породили "пересечение границ, проникновение, интеграцию,²⁸¹ продвижение" смежных отраслей промышленности, что привело к формированию многих новых культурных форматов, мобильных приложений, мобильных развлечений, мобильных социальных сетей, мобильных покупок, онлайн - радио, анимационных игр, онлайн - видео, публичных аудиовизуальных носителей, цифровых публикаций, мобильных публикаций и других новых культурных форматов быстро растет. Государственные культурные услуги и новые формы индустрии культуры меняют и внедряют новые модели культурного развития, подчеркивая их побочные и резонансные последствия для экономического развития. Содействие социально - экономическому и культурному развитию с помощью государственных культурных услуг и индустрии культуры, несомненно, станет одной из важных движущих сил развития современного общества, а также основным способом удовлетворения культурных потребностей людей.²⁸²

Укрепление культурных потребностей и разрыв в культурном снабжении являются основными противоречиями культурной жизни людей. Решение этого основного противоречия зависит от эволюции экономической культуры и экономики культуры, что, в свою очередь, проявляется в скоординированном содействии социально - экономическому развитию и удовлетворении культурных потребностей людей государственными культурными услугами и индустрией культуры. Как реализовать органическое единство экономических и культурных атрибутов индустрии культуры является важным испытанием стратегической мудрости развития индустрии культуры страны. Культурный туризм - это не

²⁸¹ 李明媚. 论我国宗教文化旅游 / 李明媚 // 旅游发展. - 2011. - 第 10 卷. - № 3. - 第 99-102 页. - 李, Минмэй. О религиозно-культурном туризме в моей стране / Минмэй Ли // Развитие туризма. - 2011. - Т. 10, № 3. - С. 99-102.

²⁸² 詹绍文 黄欣. 文旅深度融合发展的内涵、逻辑与路径创新/行政管理改革 DOI:10.14150/j.cnki.1674-7453.07.2024.12-21 页。 Чжан Шаовен Хуан Синь. Контекст, логика и путь развития глубокой интеграции Вэньцзи Инновации / Административная реформа DOI: 10.14150 / j.cnki.1674 - 7453.07.2024.12 - 21 стр.

только культулизация экономика или экономизация культура, но и проявление культурной и экономической интеграции.

Определенное количество индивидов формирует человеческое общество, индивидуум является одновременно и частью общества, и его основой и предпосылкой; Отдельные люди неотделимы от общества, и общество также является основой и условием для того, чтобы быть человеком. Человеческое общество формируется и непрерывно развивается в процессе производства и жизни отдельных людей для выживания и развития. В процессе эволюции человеческое общество формирует три уровня: экономический, политический и культурный, которые, в свою очередь, находятся внутри отдельных людей. Культурный туризм, хотя и является индивидуальным поведением, но из-за совместного характера культурного туризма, замаскированного для отражения группового характера деятельности, экономические, политические и культурные в человеческом обществе отражены в культурном туризме.

Чтобы удовлетворить физиологические и психологические желания, воплощенные в человеческой жизненной силе, индивидуум должен познать и преобразовать природные объекты, помимо создания посредством труда средств производства и быта, а именно экономику. А для того, чтобы труд лучше удовлетворял свои потребности, отдельные люди должны взаимодействовать друг с другом, сотрудничать, формировать сильную организацию, это и есть политика. Необходимо также формировать общие ценности, идеологические теории и нормы поведения, т.е. культуру. Развитие человеческого общества - это процесс увеличения общего объема и повышения качества экономики за счет труда, процесс непрерывной политической оптимизации и прогресса как внутреннего механизма экономики, а также процесс непрерывного накопления, обогащения, прогресса и цивилизации культуры.²⁸³

Экономические, политические и культурные уровни человеческого общества, состоящего из отдельных людей, находятся внутри самих индивидов, и каждый индивид воплощает эти три уровня. Во-первых, индивидуум является субъектом экономики, политики, культуры. Экономическое производство, распределение,

²⁸³ 粟路军, 叶成志, 何学欢. 文旅融合发展促进共同富裕的理论逻辑与实现路径 [J] // 经济地理. 2023. №11. 198-207 页.
Су Луцзюнь, Е Чэнчжи, Хо Сюэхуан. Теоретическая логика и путь реализации интеграции и развития культуры и путешествий для содействия общему процветанию [J] // Экономическая география 2023. стр. 11. 198-207.

обмен и потребление являются деятельностью отдельного человека; Политическое государство, политические партии, законы, политика и т. Д.²⁸⁴ возглавляются отдельными лицами, представляющими их классовые интересы, которые защищаются и осуществляются отдельными лицами; Культурные ценности, идеологические теории, этика и мораль создаются и реализуются отдельными людьми. Во - вторых, содержание индивидуального мышления и поведения - это развитие различных аспектов конкретной экономики, политики и культуры. Еда, одежда и использование отдельных людей - это их экономическая деятельность, выборы, публикации и ассоциации, партийная деятельность, война и т. Д. Это их политическая деятельность, понимание мира, формирование мировоззрения, жизненные ценности и идеологические теории, религиозная этика и мораль - это их культурная деятельность. Опять же, "сумма" мыслей и поступков отдельных людей есть человеческая социальная экономика, политика, культура. Это индивидуальное и общее, индивидуальное и общее, особое и универсальное отношение. Культурный туризм тесно связан с социально - экономическим, политическим и культурным развитием человечества.²⁸⁵

Экономика, политика и культура неразделимы как три уровня человеческого общества, а культура и экономика в туризме одинаково неделимы и имеют свои места и роли. Экономика - это общественная деятельность, в которой человек сознательно удовлетворяет свои потребности трудом в общении, является основным содержанием существования и развития общества, жестким условием развития культурного туризма. Политика - это регулирование отношений социального статуса человека и регулирование и руководство социальным развитием, это совокупность экономических интересов и экономических отношений, а также их внутренний социальный механизм, он участвует и контролирует всю экономическую жизнь через государство, политические партии и другие формы, регулирует экономические отношения. Культура, как правило, относится к осознанию людьми жизни и социальных отношений и является отражением социальной экономики и политики в сознании, что, в свою очередь,

²⁸⁴ 黄先开.新时代文化和旅游融合发展的动力、策略与路径 [J] //北京工商大学学报(社会科学版).2021.№4.1-8.页
Хуан Сянькай. Динамика, стратегия и путь интеграции культуры и туризма в новую эпоху [J] /... Журнал Пекинского университета торговли и промышленности (издание социальных наук).2021. № 4.1-8 стр.

²⁸⁵ 李海龙.文化引致旅游:对文化旅游概念的系统重构/李海龙//河南教育学院学报.-2013.-第32卷,№5.-第28-31页.- Ли, Хайлун. Культура способствует развитию туризма: систематическая реконструкция концепции культурного туризма / Хайлун Ли // Журнал Института образования провинции Хэнань. - 2013. -Т. 32, № 5. - С. 28-31.

сдерживает экономику через политику. Популярно говоря, экономика - это человеческая "кость и плоть", политика - это человеческая "жилка", культура - это человеческая "душа", плоть и кровь, жилы, душа неразрывно связаны, культура также является душой культурного туризма. Развитие культурного туризма является одним из проявлений процессов экономического, политического и культурного взаимодействия, изменений и эволюции, конкретным проявлением интеграции.

Культура - это "душа" человеческого общества, а экономика - материальное обеспечение человеческого общества. Социальная природа человека является отличительной чертой человека от других животных, в то время как социальная природа в основном проявляется в культуре, которая является решающим фактором в процессе формирования социальной природы человека. Культура - это явление, характерное для человечества, суть культуры - « гуманизация», это не только индивидуальное понимание и трансформация природы и человеческого общества, но и индивидуальное познание общества в целом, а также воплощение ограничений общества в целом на личность. Под родительским воспитанием новорожденный ребенок начинает подражать поведению родителей, голосу и улыбке, а затем под руководством своих близких и учителей изучает жизненные и производственные навыки, а затем самостоятельно производит жизнь, формирует определенный образ мышления, образ жизни и образ производства, все из которых включают в себя проникновение, расширение и ограничение культурных факторов. Культура - это « гуманизация», и человек - это также формирование культуры. Культура - это "душа", воплощенная в том, что "культура всегда" увлажняющая материя тонко и бесшумно "интегрируется в экономическую силу, политическую силу, социальную силу, становится" ускорителем "экономического развития," навигационным светом "политической цивилизации," связующим агентом "социальной гармонии, чтобы разрешить различные противоречия между человеком и природой, человеком и человеком и обществом, необходимо опираться на влияние культуры, воспитательную, стимулирующую роль, играть роль сплоченности, смазки и интеграции передовой культуры".²⁸⁶ Конечной целью

²⁸⁶ 吴光玲. 关于文化旅游与旅游文化若干问题研究 / 吴光玲 // 经济与社会发展. - 2006. - 第4卷, № 11. - 第161-163页. - У, Гуанлин. Исследования по некоторым вопросам культурного туризма и туристской культуры / Гуанлин У // Экономическое и социальное развитие. - 2006. - Т. 4, № 11. - С. 161-163.

культуры является повышение человеческой природы. Культура является наиболее важным показателем уровня развития общества. На протяжении веков все великие державы были известны своей процветающей и глубокой культурой, то есть культурой как признаком великой державы. В процессе социального развития культура как мягкая сила опирается и направляет экономический рост и волатильность, политическую стабильность и изменения, социальную цивилизацию и прогресс, а также оказывает значительное влияние на экологию окружающей среды. Все аспекты общества, такие как личность, семья, межличностные отношения, этика и мораль, институциональная система, правовая политика, социальная деятельность, социальное управление, требуют запутывания и проникновения культурных связей, и чем более развитая культура может способствовать социальной цивилизации и развитию; Чем цивилизованнее и более развито общество тем больше оно способно ускорить культурное процветание и инновации.²⁸⁷ Человек является создателем, носителем культуры и объектом культурной роли. Люди, находящиеся под влиянием передовой культуры, как правило, способны делать больше дел, способствующих социальному прогрессу, и чем шире развитая культура распространяется и принимается большим числом людей, тем более цивилизованным становится общество.²⁸⁸ Поэтому развитие человеческого общества должно быть сосредоточено на культурном воспитании и инновациях, которые являются как потребностями социального развития, так и внутренними потребностями самого человека. Туризм может не только способствовать экономическому развитию, но и развивать культуру и защищать культуру.²⁸⁹

Культурные противоречия: рост культурных потребностей и дефицит культурного предложения²⁹⁰

²⁸⁷ 侯天琛, 杨兰桥. 新发展格局下文旅融合的内在逻辑、现实困境与推进策略 [J]. //中州学刊, 2021.12.20-25.页. Хоу Тяньчэнь, Янланьцяо. Новая модель развития под внутренней логикой интеграции бригад, реальными дилеммами и стратегиями продвижения [J]. / Журнал Чжунчжоу, 2021.12.20-25. Страницы.

²⁸⁸ 徐姗姗, 王军杰. 从“村BA”看中国式现代化与民族文化创新的互构实践 [J]. //云南师范大学学报 (哲学社会科学版), 2024.№1.81-88 页. Сюй Шаньшань, Ван Цзюньцзе. С точки зрения « Village BA», взаимная конструктивная практика модернизации в китайском стиле и инноваций в национальной культуре [J] Журнал Юньнаньского педагогического университета (издание философских и социальных наук), 2024. стр. 1.81 - 88.

²⁸⁹ 王兆峰, 谢佳亮. 中国文化和旅游融合发展效率时空动态演化及其驱动机制 [J]. //旅游学刊, 2024.№1.34-51 页. Ван Чжаофэн, Се Цзялянь. Динамическая пространственно - временная эволюция эффективности интеграции китайской культуры и туризма и ее движущие механизмы [J]. / Журнал туризма, 2024. стр. 1.34 - 51.

²⁹⁰ 宋瑞, 刘倩倩. 中国式现代化背景下的乡村旅游: 功能、短板与优化路径 [J]. //华中师范大学学报 (自然科学版). 2024.№1..36-45 页. Сун Жуй, Лю Цяньцянь. Сельский туризм в контексте модернизации в китайском стиле: функции, короткие доски и оптимизированные пути [J]. / Журнал Хуачжунского педагогического университета (издание естественных наук). 2024. Страницы 1..36 - 45.

Культурные потребности являются специфическими потребностями человека как социального животного и являются частью потребностей человека в выживании, пользовании и развитии. Культурные потребности требуют культурного снабжения, а противоречие между культурными потребностями и культурным предложением является основным противоречием в культурной жизни человека. Туризм содержит много культурных элементов, которые могут обеспечить дефицит культурного предложения.

Повышение роли культурных потребностей в туризме

Только выживание, удовлетворение только материальных потребностей может быть решено, а стремление к развитию и самосовершенствованию не может быть отделено от реализации культурных потребностей. Без создания и удовлетворения культурных потребностей не может быть трансцендентности реальности и развития самого человека. В процессе развития туризма, когда основные потребности человека в посещении удовлетворены, культурные потребности человека быстро растут, что является проявлением повышения потребностей человека от уровня выживания до уровня наслаждения и развития, а также неизбежным результатом развития и прогресса туризма. После реформы и открытости уровень жизни нашего народа быстро повысился, потребительская среда значительно улучшилась, а уровень потребления и качество потребления достигли исторического прогресса. Жизнь людей приближается к реализации полноценного среднезажиточного общества на основе борьбы с бедностью, решения проблемы обеспечения продовольствием и одеждой и в основном достижения среднезажиточного общества. С улучшением и улучшением материальной жизни, увеличением свободного времени и уменьшением домашней работы духовные и культурные потребности людей демонстрируют беспрецедентный общий рост и подъем, в основном проявляющийся в повышении стремления к знаниям, резком увеличении культурных и развлекательных мероприятий и быстром росте культурного потребления. Растет также спрос на культуру в сфере туризма.²⁹¹

²⁹¹ 李柏文, 郭凌. 中国式现代化情境下的旅游高质量发展理论研究 [J] // 旅游学刊. 2024. №1. 13-15 页. Ли Бовен, Го Лин. Теоретические исследования высококачественного развития туризма в контексте модернизации китайского стиля [J] // Журнал туризма 2024. стр. 1.13 - 15.

В настоящее время туризм должен все больше демонстрировать свою культуру, разнообразие, широту, характеристики участия, изучение знаний, наличие культуры стали одной из жизненных ценностей каждого человека, общее уважение общества к культуре также становится все более очевидным, место культуры в туристической деятельности становится все более важным.

Культурная потребность в туризме - это исторический процесс, который постоянно растет

До вхождения в цивилизованное общество в традиционной туристической деятельности преобладали экскурсии по достопримечательностям, и требования людей к культурному туризму еще не были очевидны. Вступая в цивилизованное общество, с классовой дифференциацией и появлением государства, спрос туристов на культуру также начал разделяться на разные уровни, в основном разделенные на категории культурного туризма типа отдыха и развлечений в зависимости от культурных субъектов, эти два типа туристов имеют как общие черты, так и значительные различия, их общность в основном проявляется в формировании одних и тех же обычаев, этики и морали, образа мышления в конкретных регионах и жизненных условиях; Различия в основном проявляются в различных взглядах на жизнь, ценности, образ жизни и мышление.²⁹² Культурный туризм как индустрия культуры становится все более процветающей, проникновение, распространение и инновации культуры процветают, культура все чаще становится необходимым содержанием современного туризма и вместе с мягкой силой и экономической мощью становится признаком сильной страны.²⁹³

Культурные державы стали национальной стратегией для некоторых стран. Культура - это душа общества и нации, важный символ мягкой силы страны и важное проявление общей национальной силы страны. Все мировые державы придают большое значение культурному строительству и продвижению. Наша страна является большой культурной державой, и развитие индустрии культуры и

²⁹² 张士海.推进中国式现代化以红色文化为强大力量 [J] // 红色文化学刊.2023.№3.11-14 页. Чжан Шихай. Содействие модернизации в китайском стиле с красной культурой как мощной силой [J] // Журнал красной культуры № 2023, стр. 3.11 - 14.

²⁹³ 石培华 . 中国式现代化与旅游高质量发展 [J] //当代贵州.2023.№15.80 页. Ши Пейхуа. Модернизация китайского стиля и высококачественное развитие туризма [J] // Современный Гуйчжоу 2023. стр. 15.80.

общественных культурных дел является неизбежным выбором, чтобы идти по пути культурной державы.²⁹⁴

Судя по историческому развитию этой крупной организационной системы человеческого общества, каждое изменение и скачок характера социальной системы сопровождается рождением и продвижением передовой идеологии и культуры. Весенние и осенние споры между сотнями стран и воюющих сторон привели к зарождению и формированию централизованной бюрократии в Китае. Европейское движение Возрождения заложило идеологическую основу для формирования капиталистической системы. Распространение и руководство марксизмом привели к рождению, формированию и развитию социалистической системы. С точки зрения микропредприятий и социальных организаций, корпоративная культура, представляющая дух времени, в соответствии с социальными потребностями, с основной ценностной ориентацией и сплоченностью, организационная культура является внутренней духовной движущей силой, которая поддерживает и продвигает устойчивое, быстрое и эффективное развитие предприятия и организации. Такие предприятия, как Microsoft, Apple, Alibaba и Huawei, сформировали свою собственную уникальную корпоративную культуру. Каждая отрасль формирует свою корпоративную культуру. В принципе, качество и навыки отдельных людей под влиянием передовой науки и культуры будут постоянно улучшаться, а эффективность их механизмов работы предприятий и организаций в передовых, научных и культурных проникновениях также будет постоянно повышаться. Культура является одной из наиболее эффективных движущих сил и факторов развития туризма.²⁹⁵

С экономическим развитием и повышением материального уровня жизни духовные потребности все чаще становятся важным аспектом жизни людей. Люди все чаще стремятся к приобретению жизненных навыков, уделяя больше внимания накоплению знаний, повышению способностей и совершенствованию общих

²⁹⁴ 董保民, 赵红军. 中国式现代化的历史脉络与实现路径——一个文献综述 [J] // 社会科学战线.2023.№12.61-69 页. Донг Баоин, Чжао Красная Армия. Исторический контекст и путь реализации модернизации в китайском стиле - обзор литературы [J] Социальный научный фронт 2023. № 12.61 - 69 Ст.

²⁹⁵ 王兆峰, 王金伟, 王梓琪, 等. 中国式现代化视域下旅游业高质量发展: 理论内涵与科学议题 [J] // 旅游导刊.01.2023 .1-18 页. Ван Чжаофэн, Ван Цзиньвэй, Ван Цзыин, и так далее. Высококачественное развитие туризма в контексте модернизации китайского стиля: теоретическая коннотация и научные вопросы [J] /. Руководство по туризму 0.01.2023.1 - 18 страниц.

качеств, таких как идеология и культура. Удовлетворение сексуальных потребностей, потребностей в развитии, уважения и самореализации становится основной потребностью людей, а «духовная пища»²⁹⁶ для удовлетворения потребностей на этих уровнях является основным содержанием культуры. Обучение и стремление людей к знаниям становятся неотъемлемой потребностью в самосовершенствовании. Культурное снабжение создает новые культурные потребности. Развитие культурного туризма может не только обеспечить культурное снабжение, но и завершить культурные инновации.

Мощное продвижение современных технологий, таких как Интернет, большие данные и другие, и культурная жизнеспособность, высвобожденная изменениями в культурной системе, исследования и разработки, производство, предложение культурных продуктов постоянно растут, качество также постепенно улучшается, что не только позволяет индустрии культуры развиваться и развиваться, но и позволяет в области культуры появилось много новых отраслей, секторов и мод, статус и роль культурных производительных сил становятся все более заметными, что напрямую способствует культурному предложению и потребностям. Постоянное повышение потребностей людей в культуре является не только движущей силой социального характера человека, но и результатом социально - экономического развития и инноваций, накопления и обогащения культуры и повышения производительности культуры. Культурный туризм является движущей силой экономического развития инноваций, защиты культуры, культурной и экономической интеграции.

Сочетание культуры и экономики: экономическая культура и культурная экономика²⁹⁷

Хотя культура, экономика и политика являются тремя составными частями человеческого общества, которые взаимно проникают, взаимодействуют и неотделимы друг от друга, формы их существования и способы их интеграции различаются в разные исторические периоды и социальные условия. В современном мире культура и экономика продемонстрировали интеграционную

²⁹⁶ 尚荣.以文化繁荣助推中国式现代化 [J] // 江苏政协. 08.2023. 23-24 页. Шан Жун. Содействовать модернизации в китайском стиле с культурным процветанием [J] // Цзянсуский НПКСК. 08.2023. 23 - 24 Стр.

²⁹⁷ 李鹏, 邓爱民.中国式现代化新征程上旅游业的新使命和新路径 [J] // 社会科学家. 08. 2023. 41-46 页. Ли Пэн, Дэн Аймин. Новая миссия и новый путь туризма в новом путешествии модернизации китайского стиля [J] Социологи. 08. 2023. 41 - 46 Страницы.

тенденцию слияния, проявляющуюся в одновременной эволюции экономической культуры и культурной экономики, сформировали новую категорию культурной экономики и стали неизбежным путем решения противоречий между расширением культурных потребностей и дефицитом культурного предложения.²⁹⁸

Сочетание социальных и экономических выгод. Основная цель строительства социалистической культуры заключается в постоянном удовлетворении растущих духовных и культурных потребностей народных масс, в основе которых лежит повышение идеологических и культурных качеств всего народа и воспитание социалистических граждан «четверки». Чтобы процветать дело культуры и развивать индустрию культуры, мы должны уделять первоочередное внимание социальным выгодам. Правильно регулировать отношения между культурой и индустрией культуры и принимать различные политические и управленческие подходы к различным культурам. Увеличить объем государственных финансовых инвестиций в общественно полезные культурные мероприятия. В условиях социалистической рыночной экономики индустрия культуры является неотъемлемой частью народного хозяйства, а культурные продукты имеют товарные свойства. В соответствии с предпосылкой поддержания социальных выгод мы должны придавать большое значение экономическим выгодам культурных продуктов и стремиться к наилучшему сочетанию этих двух.

Экономика никогда не будет чисто «экономикой» и не захочет быть просто «экономикой», тем более «гибридом» культурного хозяйства. Когда индустрия культуры страны доминирует в мире и презирает толпу мужчин и женщин, ее ценностная ориентация неизбежно выходит за рамки одной области, такой как экономика, культура и политика.

В развитии индустрии культуры содержание и качество «культурного капитала» и «экономического капитала» находятся в тонком равновесии, и как только равновесие нарушается, это приводит или просто преследует коммерческую прибыль, которая унижает культурный характер продукта, или приводит к задержке продаж культурных продуктов из-за чрезмерного повышения

²⁹⁸ 赵丽丽, 徐宁宁. 文旅高质量发展与中国式现代化—2023《旅游学刊》专题研讨会综述 [J] // 旅游学刊, 04.2023 .161-164 页. Чжао Лили, Сюй Ниннин. Качественное развитие Вэньцзинь и модернизация в китайском стиле - 2023 Обзор симпозиума «Журнал туризма» [J] // Журнал туризма, 04.2023, 161 - 164 стр.

культурных цен. Поддержание хорошего напряжения и фундаментального баланса между « культурным капиталом» и « экономическим капиталом» является ключевым вопросом в развитии индустрии культуры. Культурный туризм удовлетворяет потребности экономического развития, а также культурного предложения, защиты, развития.

В результате подводятся общие итоги исследования, формулируются основные выводы, намечаются перспективы дальнейших научных изысканий. Глобализационные процессы активно подключают Китай в общий мировой контекст, и сфера культурного туризма не становится исключением. Современные исследователи под культурным туризмом понимают совокупность туристских мероприятий, в которых используются объекты культуры (традиционной и современной), формы досуга и развлечений для обеспечения туристов культурной коннотацией. Для Китая внешний и внутренний культурный туризм включает в себя эстетическое наслаждение и развлечение, опыт «иной жизни», а также духовное паломничество, во время которого люди отправляются в «священные места», чтобы исследовать духовные и культурные ценности и удовлетворить внутренние потребности.

Туризм относится к социальной деятельности, связанной с экономикой и культурой, которую проводят туристы, которые покидают свое обычное место, чтобы посетить другие места с целью развлечения, досуга, эстетики и культуры. Туризм отражает процесс туристской деятельности и представляет собой сумму различных экономических отношений между туристами и туроператорами, основанных на разных интересах. Путешествовать и потреблять людям это физический и умственный опыт. Туризм включает экономический туризм и культурный туризм. Классифицируется по уровням А, АА, ААА, АААА, ААААА.

Культурный туризм основан на национальных, региональных и исторических различиях в культуре, на процессе столкновения и взаимодействия культур, а также на оценке туристами различий в процессе получения духовного, эстетического опыта, отдыха и развлечений. Процесс культурного туризма — это процесс, посредством которого туристы испытывают культурную коннотацию туристских ресурсов, что является одной из основных функций этой индустрии.

Анализ существующих классификаций позволил создать рабочую классификацию видов культурного туризма, которая существует на данный момент в Китае и включает следующее три критерия: с географической точки зрения, культурный туризм в Китае примерно делится на китайский культурный туризм (внутренний) и иностранный культурный туризм (внешний); с точки зрения времени, его можно разделить на историко-культурный туризм (историческое наследие), современный культурный туризм и культурный туризм, объединяющий историческое наследие и современную культуру. В настоящее время, наиболее популярными для Китая становятся следующие виды культурного туризма (вне зависимости от того внешний он или внутренний): арт-туризм, религиозный (духовный) туризм, тематический туризм, историко-культурный туризм, экоккультурный туризм и культурно-экономический туризм. Особое место занимают новые формы культурного туризма (игорный, выставочный, шоппинг и т. д.), сформированные под влиянием экономических и социальных тенденцией, которые автор на данный момент не выделяет отдельно и обозначает условно как «культурно-экономический туризм».

Концепция культурного туризма не была сформирована в древнем китайском туризме, существовало множество форм культурного туризма, которые имеют большую связь с развитием древней китайской политики, общества, образования и культуры. Древний китайский туризм включает элементы культурного туризма в путешествиях членов императорской семьи (например, на уровне создания и посещения архитектурных памятников, которые потом станут объектами историко-культурного наследия), обучающих и ознакомительных поездках и религиозном паломничестве. Элементы раннего китайского культурного туризма заложили хорошую основу для современного культурного туризма.

Развитие туризма в Китае тесно связано с объективными и субъективными условиями. Объективные условия китайского культурного туризма включают следующие аспекты: разработку ресурсов и продуктов (культурно-историческое наследие, народная культура, современная культура, музейные комплексы, творческие парки, фестивали, шоу и т. д.), рынок культурного туризма и популяризацию культурного туризма, в том числе и благодаря правительственной

поддержке. Современный культурный туризм в Китае применяет различные способы для развития разных типов культур, чтобы защитить и популяризировать их. Культурный туризм, связанный с сохранением, развитием и защитой культурного наследия, становится приоритетным.

Субъективными условиями становятся мотивация и цели, выбираемые каждым туристом лично в зависимости от его предпочтений. Можно условно выделить пять мотивов-целей: изучение национального культурного наследия, национальной религиозной культуры, национальной культуры питания, искусства, новых веяний культурного туризма. Под влиянием эпидемии изменились возможности людей в поездках, например, при выборе направлений путешествий более популярен внутренний туризм Китая. В настоящее время развитие культурного туризма в Китае имеет большой потенциал.

Свободные экономические зоны в Китае занимают особое место, их главными особенностями являются быстрое экономическое развитие, хорошая инфраструктура для культурного туризма, наличие ресурса для межкультурных коммуникаций, поликультурного туризма и экономическое развитие как выгодный ресурс для культурного туризма. Однако в свободных экономических зонах обычно существуют следующие общие проблемы. Автором установлено, что здесь культурный туризм развивается медленнее, чем экономический туризм, фиксируется недостаточное понимание ценности культурного туризма и интеграции его ресурсов и отсутствие уникального культурного бренда территории. К особенностям развития культурного туризма в свободных экономических зонах относятся целенаправленное формирование государством инфраструктуры для культурного туризма; наличие ресурса для межкультурных коммуникаций и поликультурного туризма.

Культурный туризм в свободных экономических зонах Аомэнь, Шанхай и Хайнань обладает общими чертами, свойственными всем экономическим зонам и в то же время каждый свободный экономический зон несет в себе уникальные черты, связанные с особенностями местоположения, историей и экономическим развитием.

Аомэнь первым вступил в этап культурной интеграции Китая и Запада и имеет многовековую историю взаимодействия с другими странами, как

экономическом, так и в культурном плане. Аомэнь имеет уникальные преимущества в развитии культурного туризма, сочетая в себе историко-культурное и современное наследие Запада и Востока. Считаем, что одним из ведущих факторов развития культурного туризма является игорный (азартный) туризм – его можно считать ключевым элементом системы культурного туризма Аомэнь. Игорной и рекреационный туризм имеют большую движущую силу и имеют непосредственное отношение к культурному туризму. Тем самым игорной туризм может быть рассмотрен как центральный элемент – ось, вокруг которой будет развиваться культурный туризм территории, центральный элемент, подтягивающий к себе другие формы культурного туризма, организующие единую систему. Рекомендации по развитию культурного туризма Аомэнь: 1. Опора на игорный туризм. 2. Поддержка, развитие и продвижение традиционной культуры. 3. Использование сочетания китайской и западной культур и культурного разнообразия.

В наше время Шанхай быстро стал самым процветающим портом, экономическим и финансовым центром Дальнего Востока, одним из немногих международных мегаполисов в современной Азии. Благодаря уникальному географическому положению, Шанхай является развивающимся туристским городом с яркой современной культурой, культурным наследием и многочисленными историческими памятниками, в котором проходят Всемирные выставки. Культурный туризм Шанхая в основном включает историко-культурный туризм памятников культурного наследия и современный культурный туризм, религиозный культурный туризм, арт-туризм, событийный туризм, тематический туризм, туризм наследия, эокультурный туризм и т. д. Выставочный культурный туризм – это главная особенность туризма Шанхая, позволяют создать современный выставочный культурный бренд города. Рекомендации культурного туризма по развитию Шанхая. 1. Использование местных культурных ресурсов для достижения идеальной интеграции традиций и современности. 2. Популяризация культурного туризма за счет выставочного туризма.

Хайнань, безусловно, богат ресурсами историко-культурного туризма, но развитие досугового и развлекательного туризма происходит здесь все же быстрее. Культурный туризм Хайнаня может использовать развлекательный туризм для

своего развития. Отличительной чертой Хайнаня является культурный туризм в рамках шопинг-туризма, а также связанная с островом теле- и киноиндустрия. Таким образом, шопинг-туризм может привлечь туристов на Хайнань и познакомить их с местными культурными традициями, а также теле- и киноиндустрией. Развитие кино- и телевизионного культурного туризма также направлено на продвижение местного традиционного культурного туризма. Рекомендации развития культурного туризма Хайнань: 1. Культурный туризм может использовать индустрию развлечений для развития культурного туризма, шопинг-туризм для создания шопинг-культуры. 2. Необходимо использовать кино- и телевизионный культурный туризм для развития местного традиционного историко-культурного туризма, извлечь максимальную пользу из природных ресурсов и культурных ландшафтов. 3. Необходимо использовать уникальную традиционную культуру Хайнаня для создания собственного бренда культурного туризма.

Таким образом, общими рекомендациями для свободных экономических зон могут стать следующее:

1. Уточнить идеи развития культурного туризма и рационально позиционировать имидж культурного туризма в свободной экономической зоне. Изучить и классифицировать различные свободные экономические зоны, выявить особенности местного туризма и выполнить долгосрочное планирование для целевого развития региона. Например, разрабатывать характерные туристские бренды, брать местную культуру в качестве культурного фона и выбирать наиболее характерное место культурного туризма в качестве основной цели развития и организовывать для туристов получения соответствующего культурного опыта. Расширить новые туристские маршруты вокруг местных культурных брендов. Укрепить обмены и сотрудничество с соседними регионами или странами, а также создавать уникальные продукты культурного туризма и бренды городов.

2. Интегрировать ресурсы культурного туризма в свободную экономическую зону. Свободные экономические зоны по-прежнему имеют большие пробелы с точки зрения международной репутации, уровня планирования и туристских продуктов по сравнению с известными международными туристскими городами. Предлагаемые туристские продукты не могут передать местную характерную

культуру и уникальные обычаи. Необходимо усилить исследования и разработку продуктов и товаров культурного туризма, включить в них новые культурные коннотации и активно создавать сопутствующие вспомогательные отрасли, такие как создание торговых центров культурного туризма, разработка характерных продуктов культурного туризма и т. д., чтобы способствовать развитию продуктов и товаров культурного туризма, а также применять эффективные методы маркетинга.

3. Повышение статуса индустрии культурного туризма в свободной экономической зоне. Чтобы сформировать туристский имидж свободной экономической зоны, необходимо исправить туристскую среду, включая санитарную среду региона, уровень управления туристскими достопримечательностями, стандартизированное управление туристскими сувенирами, качество туризма, уровень сотрудников, транспортную отрасль и т.д. Услуги индустрии туризма очень важны. Следовательно, услуги свободной экономической зоны должны постоянно обновляться и улучшаться с течением времени, решительно выступать за «дружелюбные» услуги, чтобы можно было фундаментально защитить культурную среду свободной экономической зоны. Индустрия культурного туризма должна восприниматься как фундамент для создания международного туристского бренда города.

4. Экономизация культурного туризма и культуризация экономики в свободных экономических зонах. Культурный туризм может стимулировать развитие многих отраслей, таких как проживание, транспорт, развлечения, общественное питание и так далее. Из развития китайской свободной экономической зоны видно, что культура является неотъемлемой частью всеобъемлющей силы региона. Культурный туризм, соединяясь с экономикой, позволяет сохранять, развивать и продвигать местную и общенациональную культуру Китая и формировать уникальный культурный образ территории. В условиях непрерывного углубления реформ и открытости Китая туризм, как растущая отрасль, играет важную роль в развитии национальной экономики Китая. Как часть индустрии туризма, культурный туризм обеспечивает ресурсы и условия для развития всего туризма. В то же время экономические выгоды, приносимые индустрией туризма, вносят позитивный вклад в защиту культуры. Культурный

туризм как средство вид культурного хозяйства, это результат стремительного экономического развития. Для Китая культурный туризм часто облачается в прагматические формы (экономические, обучающие, познавательные и т. д.), что указывает на специфику восприятия культурного туризма китайцами, не делящими его с другими видами туризма.

Таким образом, культурный туризм не только способствует экономическому развитию, но и играет положительную роль в защите и популяризации культурного наследия. Осуществление культурного туризма способствует унаследованию и развитию традиционной и современной культуры, культурному обмену в разных регионах, развитию личности и прогрессу общества, способствует защите ресурсов культурного туризма, защите культурных реликвий и исторических памятников, ландшафтных садов, народных промыслов и т. д.

Как новаторский и полезный процесс культурного познания, культурный туризм может помочь людям понять условия жизни и идеи друг друга. Путем усвоения и усвоения разнородной культурной информации и знаний туристы будут постоянно повышать свою грамотность и способность к саморегулированию, тем самым получая мотивацию для духовного развития. В то же время культурный туризм — это также феномен обмена и взаимодополняемости между различными культурами в современном обществе. Он играет огромную роль в укреплении физического и психического здоровья людей, содействует взаимопониманию и общению между разными культурами, а также играет роль в укреплении физического и психического здоровья людей.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

Результаты опроса к разделу 1.4 Мотивация и мотивы культурного туризма в Китае в постэпидемическую эпоху

В процессе подготовки монографии автор провел небольшое исследование в сети Интернет, целью которого стало изучение мотивации китайских туристов в отношении путешествий и выявлению мотивов (целей) культурного туризма. Получать информацию через онлайн-анкеты. Приведем наиболее значимые результаты этого исследования. В основу исследования лег социологический опрос, проводимый автором в августе 2020 г. В нем приняли участие 314 человек, процент мужчин и женщин, участвовавших в опросе, был одинаковым – 50%. Из диаграмм 1–3 видно, что больше всего в опросе приняли участие молодые люди (18–45 лет), составившие 53,5% респондентов, а люди среднего возраста (45–69 лет) – 22,29%. Эти две возрастные группы являются ключевыми для нашего исследования, так как они, во-первых, представляют собой работающее население, а во-вторых, именно они главные потребители современного туризма.²⁹⁹

1. Вопрос: «Возраст»

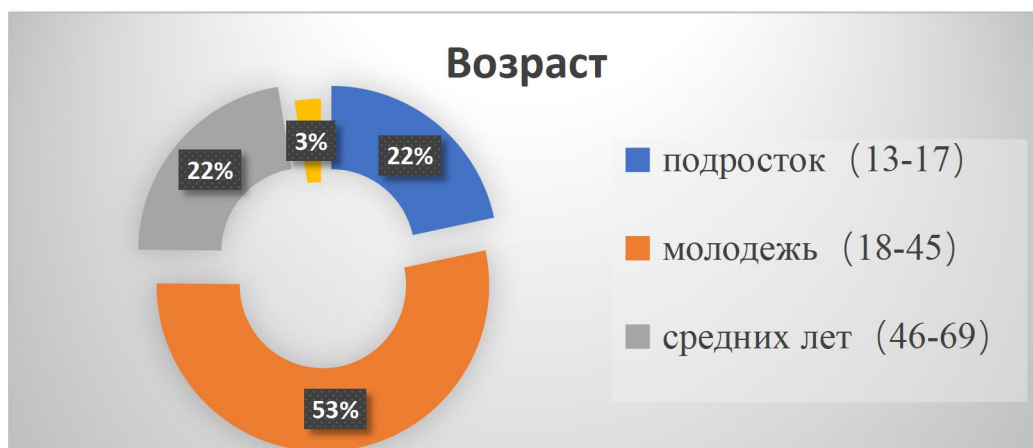


Рис. П 1.1. Возраст

²⁹⁹ 旅游意向调查研究【复制】. –Текст:электронный// 调查问卷星官网. –URL: <https://www.wjx.cn/m/89904143.aspx> (дата обращения:25.05.2021). Обзор туристских намерений в свободных экономических зонах. // Официальный сайт Анкеты «звезда».

2. Вопрос: «Пол»

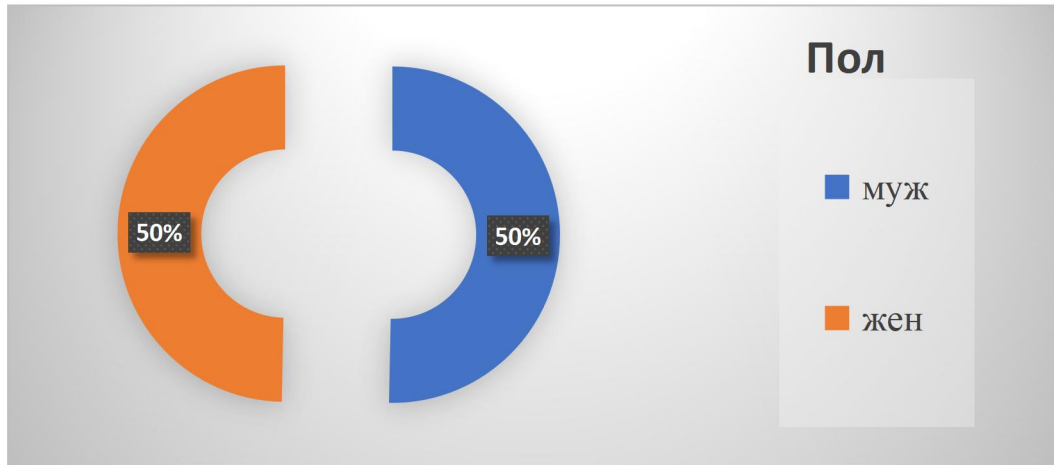


Рис. П 1.2. Пол

3. Вопрос: «Образование»

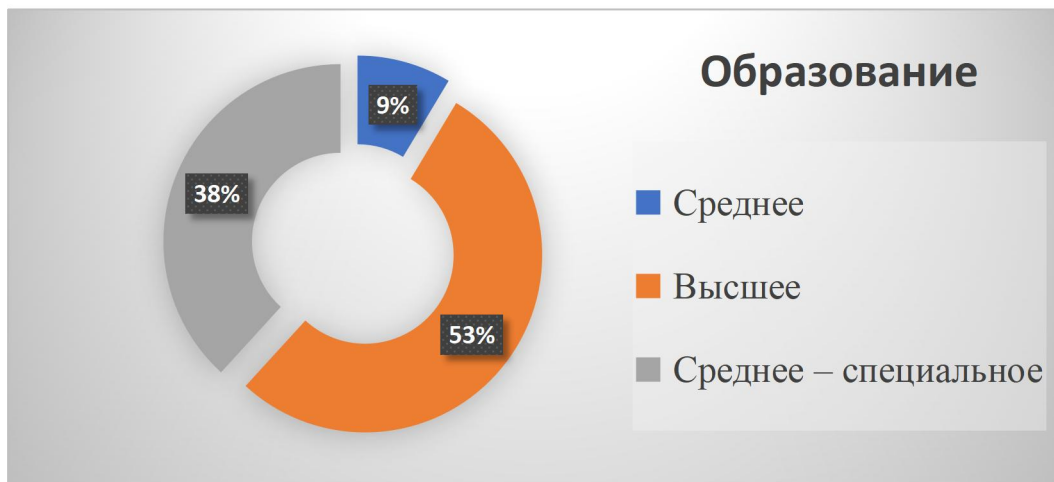


Рис. П 1. 3. Образование

4. Вопрос: «Как вы думаете, что самое важное во время путешествия?»

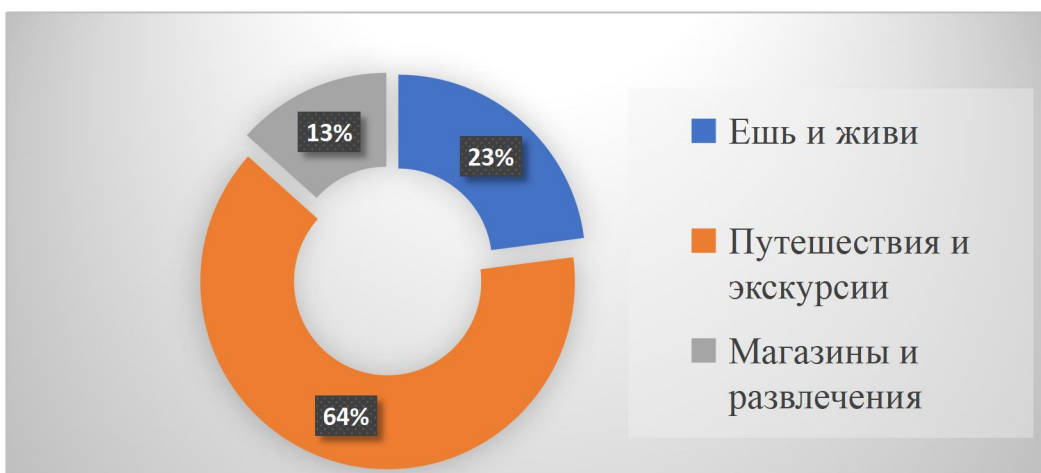


Рис. 1. 4. Как вы думаете, что самое важное во время путешествия

5. Вопрос: «Как вы предпочитаете путешествовать, когда позволяет время?»

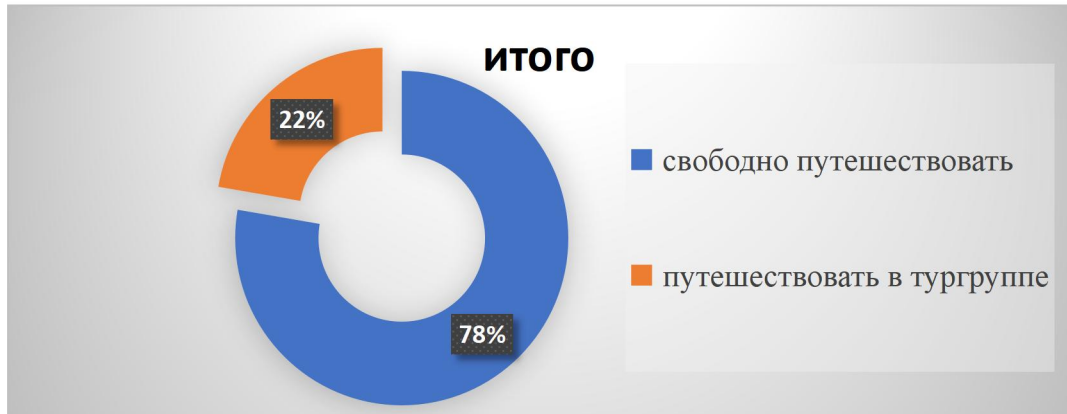


Рис. 1. 5. Как вы предпочитаете путешествовать, когда позволяет время?

6. Вопрос: «Как вы думаете, какова ваша мотивация для путешествия в целом?»

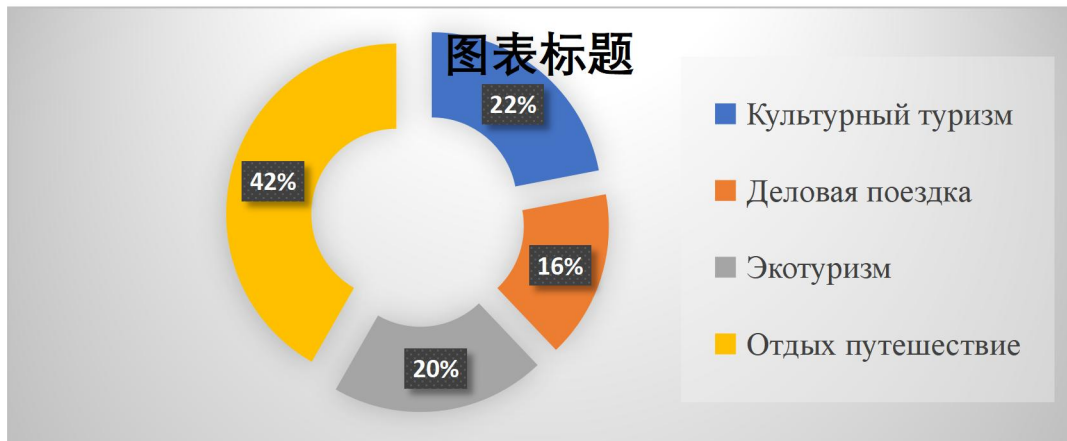


Рис. 1. 6. Как вы думаете, какова ваша мотивация для путешествия в целом?

7. Вопрос: «Какие из следующих туристских функций наиболее популярны?»

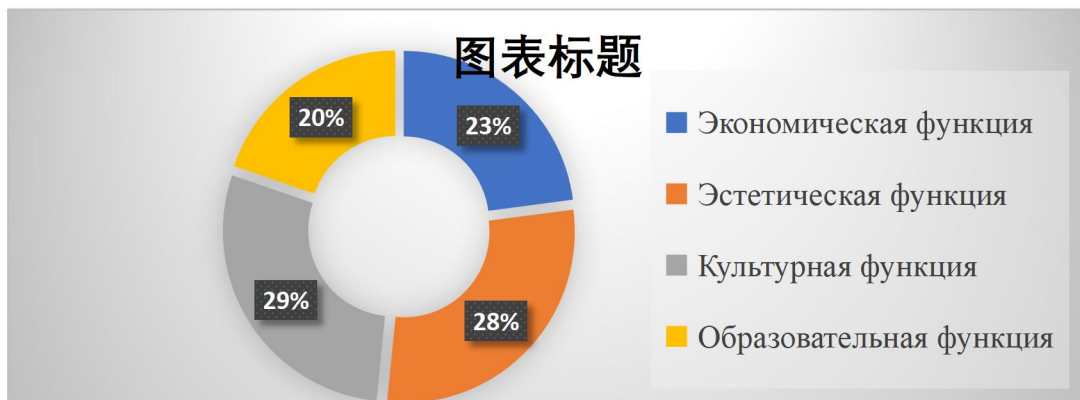


Рис. 1. 7. Какие из следующих туристских функций наиболее популярны?

8. Вопрос: «в каких странах вы предпочитаете путешествовать?»»

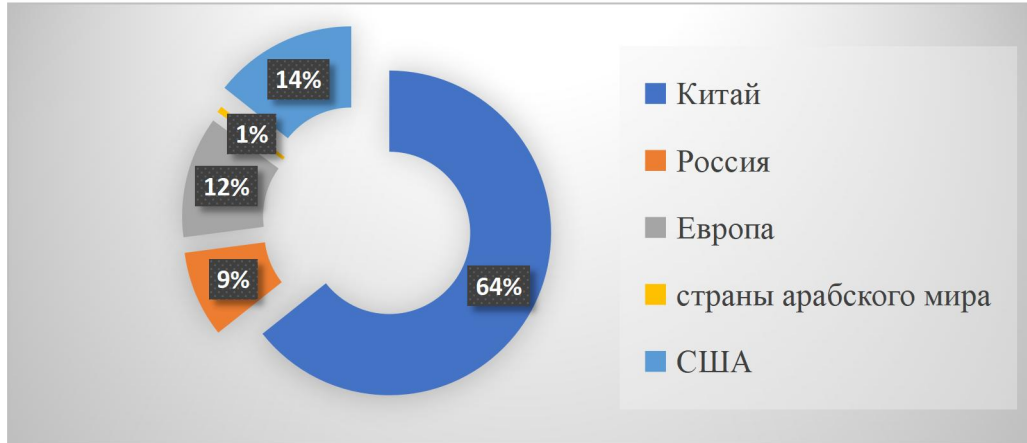


Рис. 1. 8. В каких странах вы предпочитаете путешествовать?

9. Вопрос: «Что такое культурный туризм в Вашем понимании?»»



Рис. 1. 9. Что такое культурный туризм в Вашем понимании?

10. Вопрос: «Какие виды культурного туризма вы знаете?»»

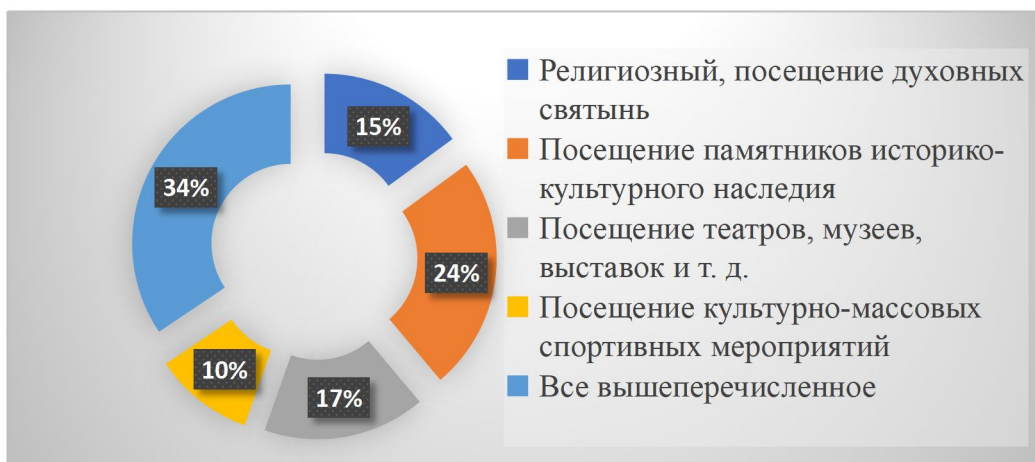


Рис. 1. 10. Какие виды культурного туризма вы знаете?

11. Вопрос: «Как вы думаете, есть большая разница между культурным туризмом и культурой туризма?»

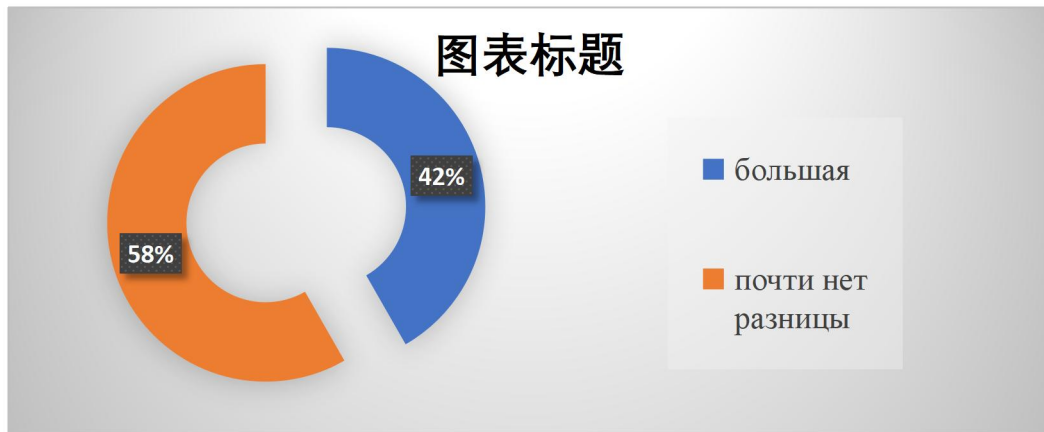


Рис. 1. 11. Как вы думаете, есть большая разница между культурным туризмом и культурой туризма?

Результаты опроса к разделу 2.1 Исследование особенностей и проблем культурного туризма в свободной экономической зоне

Проведенный автором в декабре 2020 г. в Китайской народной республике социологический опрос охватил 347 человек. Соотношение мужчин и женщин, участвовавших в нем, является равным. Главной задачей опроса было выявление у китайских потребителей особенностей восприятия культурного туризма в свободных экономических зонах. Из диаграмм 12–14 видно, что больше всего в опросе приняли участие молодые люди (18–45 лет), составившие 46% респондентов, и люди среднего возраста (45–69 лет) – тоже 46%. Эти возрастные группы относятся к активной части современного китайского общества и являются не только основой работающего населения страны, но и главным потребителем туристских услуг. Важность этого опроса видится нам в том, что он проводился в условиях пандемийной изоляции в Китае, однако посредством данного опроса мы смогли выявить устойчивые представления респондентов о культурном туризме в СЭЗ вне зависимости от ограничений в перемещениях.³⁰⁰

³⁰⁰ 自由经济区旅游意向调查. –Текст: электронный// 调查问卷星官网. –URL: <https://www.wjx.cn/m/91924152.aspx>. (дата обращения:25.05.2021). Обзор туристских намерений в свободных экономических зонах. // Официальный сайт Анкеты «звезда».

12. Вопрос «Пол респондентов»

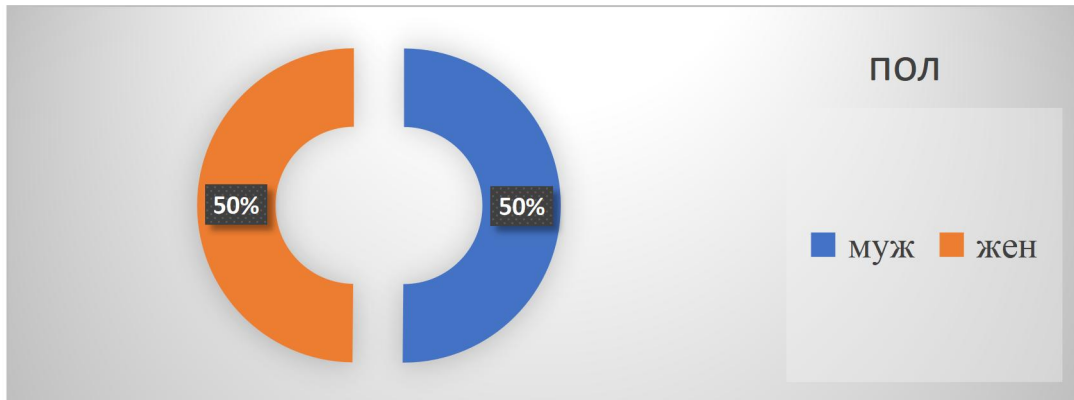


Рис. 1.12. Пол

13. Вопрос: «Возраст респондентов»

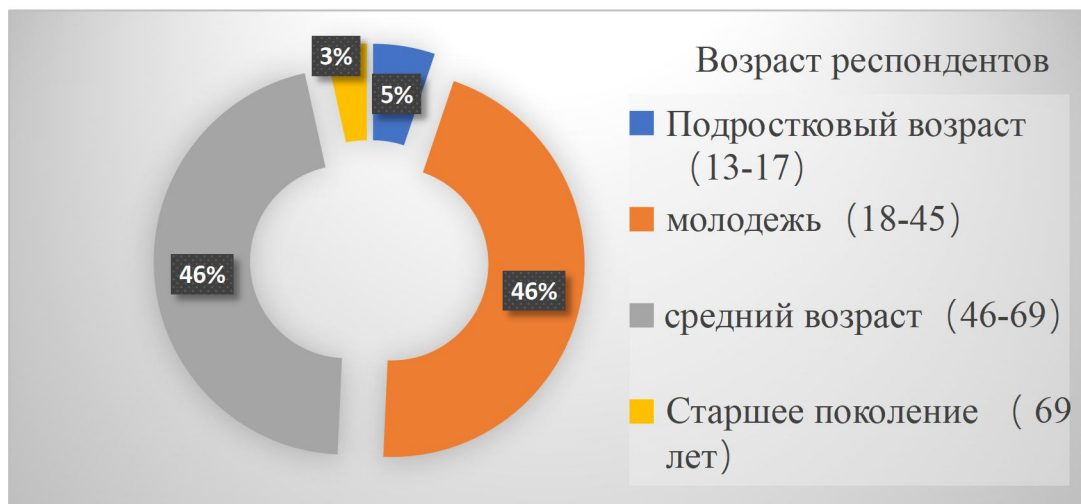


Рис. 1.13. Возраст респондентов

14. Вопрос: «Образование респондентов»

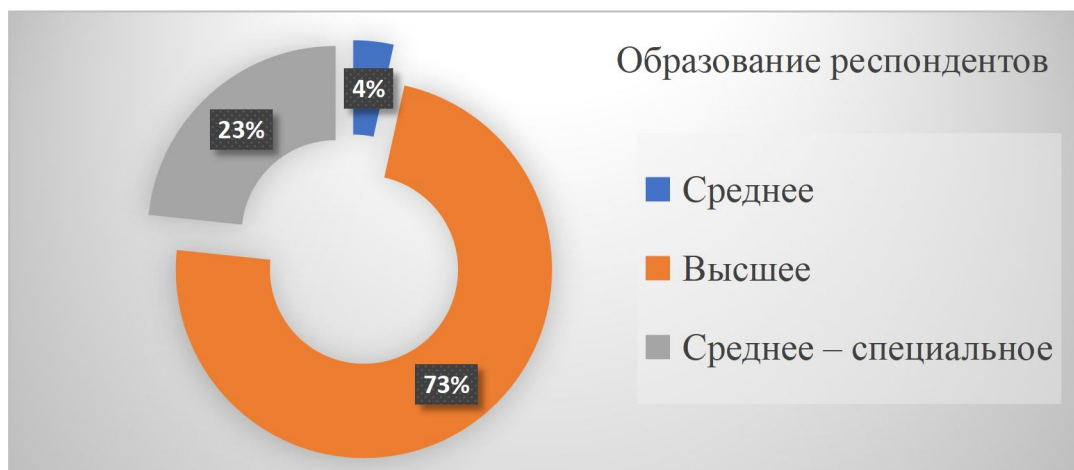


Рис. 1.14. Образование респондентов

15. Вопрос: «Как вы думаете, много ли в Шэньчжэне мест для культурного туризма?»

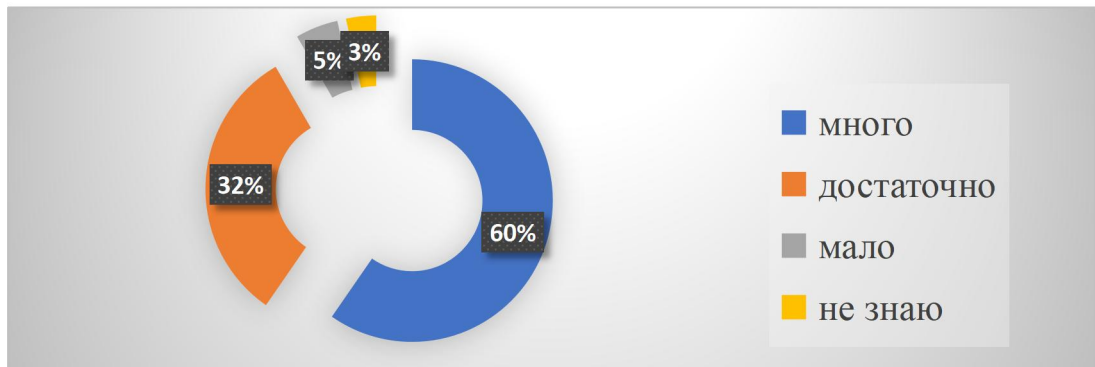


Рис. 1.15. Как вы думаете, много ли в Шэньчжэне мест для культурного туризма?

16. Вопрос: «Что вы думаете о строительстве городских культурных объектов в свободных экономических зонах?»

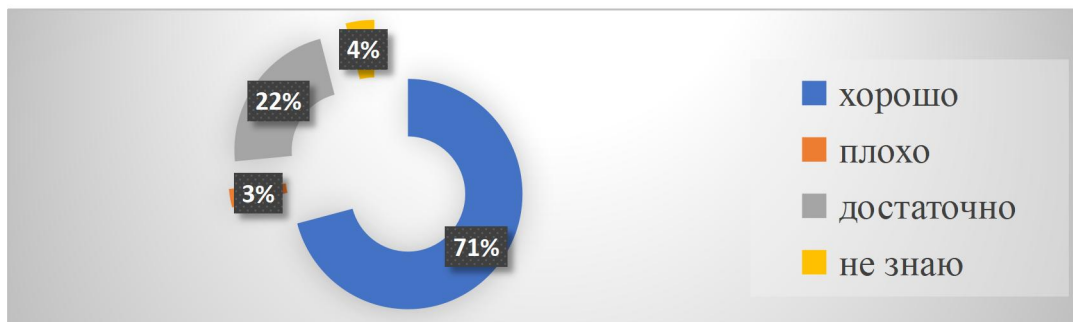


Рис. 1.16. Что вы думаете о строительстве городских культурных объектов в свободных экономических зонах?

17. Вопрос: «Как вы думаете, существует ли много видов культурно-туристских ресурсов в свободных экономических зонах?»

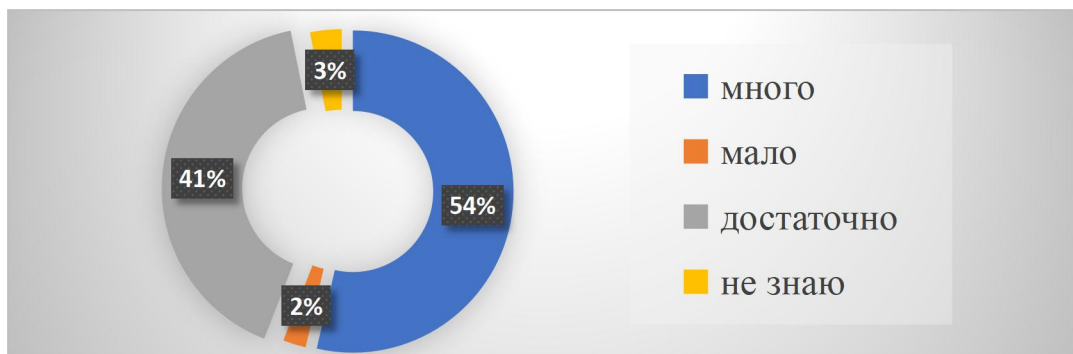


Рис. 1.17. Как вы думаете, существует ли много видов культурно-туристских ресурсов в свободных экономических зонах?

18. Вопрос: «Какой вид туризма вы обычно выбираете для поездки в свободные экономические зоны?»

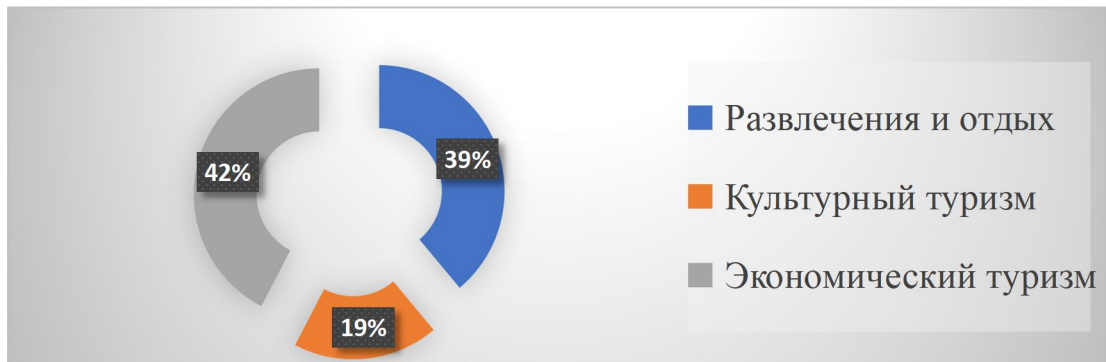


Рис. 1.18. Какой вид туризма вы обычно выбираете для поездки в свободные экономические зоны?

19. Вопрос: «Нравится ли вам экономика и культура свободных экономических зон?»

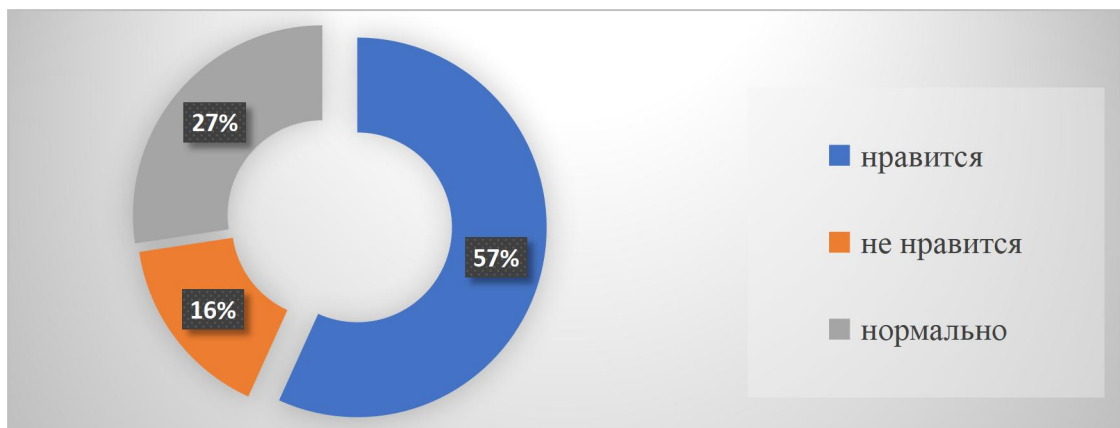


Рис. 1.19. Нравится ли вам экономика и культура свободных экономически

Лю Ин

Культурный туризм: интеграция экономики и культуры в Китае

Монография издана в авторской редакции

Сетевое издание

Ответственный за выпуск – Алимова Н.К.

Научное издание

Системные требования:

операционная система Windows XP или новее, macOS 10.12 или новее, Linux.

Программное обеспечение для чтения файлов PDF.

Объем данных 4 Мб

Принято к публикации «14» марта 2026 года

Режим доступа: <https://izd-mn.com/PDF/16MNNPM26.pdf> свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.,
англ.

ООО «Издательство «Мир науки»

«Publishing company «World of science», LLC

Адрес:

Юридический адрес – 127055, г. Москва, пер. Порядковый, д. 21, офис 401.

Почтовый адрес – 127055, г. Москва, пер. Порядковый, д. 21, офис 401.

<https://izd-mn.com/>

**ДАННОЕ ИЗДАНИЕ ПРЕДНАЗНАЧЕНО ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ НА
ЭЛЕКТРОННЫХ НОСИТЕЛЯХ**