

Мурманская область как центр притяжения китайского туризма в Российской Федерации

Бу Р. Х.

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация; Santaiorg@mail.ru

РЕФЕРАТ

Китайский туризм в Россию демонстрировал общую положительную динамику вплоть до введения значительных международных туристических ограничений в 2020 г. Помимо регионов, традиционно популярных среди китайских путешественников, в последние годы начинают выделяться такие центры, в которых темпы прироста туристического присутствия КНР в процентном соотношении значительно опережают общероссийский уровень. Одним из таких регионов является Мурманская область. Учитывая тот факт, что Китай имеет достаточно ресурсов и рычагов для использования международного туризма в качестве инструмента достижения внешнеполитических целей, рассмотрение причин успеха Мурманской области как центра притяжения китайского туризма в РФ является необходимым условием для понимания природы феномена.

Ключевые слова: Китай, Россия, международные отношения, туризм, мягкая сила, туристическая дипломатия, Евразия, внешняя политика, сотрудничество, партнерство

Для цитирования: Бу Р. Х. Мурманская область как центр притяжения китайского туризма в Российской Федерации // Управленческое консультирование. 2022. № 2. С. 165–173.

Murmansk Region as a Center of Attraction for Chinese Tourism in the Russian Federation

Ruslan Kh. Bu

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation; Santaiorg@mail.ru

ABSTRACT

Chinese tourism to Russia showed an overall positive trend right up to the introduction of significant international travel restrictions in 2020. In addition to the regions traditionally popular among Chinese travelers, in recent years such centers have begun to stand out, in which the growth rate of the PRC's tourist presence in percentage terms is significantly ahead of the all-Russian level. One of these regions is the Murmansk region. Given the fact that China has enough resources and leverage to use international tourism as a tool to achieve foreign policy goals, a substantive consideration of the success of the Murmansk region as a center of attraction for Chinese tourism in the Russian Federation is a prerequisite for understanding the nature of the phenomenon.

Keywords: soft power, international relations, integration, integrational processes, Russia, China, Eurasia, foreign policy, cooperation, partnership

For citing: Bu R. Kh. Murmansk Region as a Center of Attraction for Chinese Tourism in the Russian Federation // Administrative consulting. 2022. N 2. P. 165–173.

Введение

В 2019 г. китайский туризм в Россию поставил очередной рекорд. Страну посетили 1 млн 883 тыс. путешественников из КНР¹, что, по данным Всемирной туристической

¹ Статистический сборник «Россия в цифрах 2020» [Электронный ресурс]. URL: https://gks.ru/bgd/regl/b20_11/Main.htm (дата обращения: 20.04.2021).

ческой организации (UNWTO) за 2019 г.¹, позволило ей закрепиться в числе 10 наиболее популярных направлений среди китайских туристов. Крупные туристические города Российской Федерации уже привыкли к растущему туристическому потоку из КНР, что выражается в проводимой работе по адаптации основных точек притяжения китайских граждан. Так, например, на железнодорожных вокзалах и в аэропортах крупных российских туристических городов в обыденную практику вошло дублирование большей части аудио и текстовых данных на китайском языке. Еще одним примером может служить все более широкое распространение в среде российского бизнеса различных программ по созданию комфортной среды для китайскоговорящих туристов, таких как China Friendly². Подобные шаги свидетельствуют о готовности и заинтересованности России к дальнейшему сотрудничеству с КНР в сфере туризма, что, в контексте стратегического партнерства двух стран, является еще одной точкой сближения. Однако стоит понимать, что сегодня на территории Российской Федерации существуют и регионы, которые в процентном соотношении, по сравнению с другими устоявшимися центрами туристической активности РФ, демонстрируют настоящий «туристический бум». К подобным можно отнести Мурманскую область, регион Арктической зоны Российской Федерации (АЗРФ). Учитывая тот факт, что, в некоторых случаях, значительное изменение китайской туристической активности в определенном регионе можно расценивать как проявление внешнеполитической деятельности КНР, причины кратного роста показателей китайского туризма в Мурманскую область за последние годы вызывают особый научный интерес.

Важно заметить, что туризм как инструмент «мягкой силы» государства признается многими исследователями со всего мира уже достаточно давно. Одним из первых ученых, который еще в 1979 г. признал усиление значимости туризма в международных вопросах, является Джеймс Розенау. Американский специалист в области международных отношений (МО) в своей статье «Турист и террорист: две крайности транснационального континуума» (*Le touriste et le terroriste ou les deux extrêmes du continuum transnational*) [18] отмечал, что роль туризма как международного явления усиливается ввиду усложнения всей системы МО того времени в целом. Несмотря на тот факт, что туризму в итоге не удалось стать ключевым аргументом в международных вопросах, предположение о важности его роли не потеряло актуальности и сегодня, что подтверждается появлением новых трудов по изучению феномена. Так, среди отечественных исследователей, изучающих политическое влияние международного туризма, можно отметить А. Ю. Александрову [1], А. Г. Бутузова [2], Н. В. Малыгину [10], А. А. Чугунову [14], К. А. Кокарева, И. Н. Комисину, В. Л. Сведенцева [6] и др. [3; 7–9; 11–13; 16]. Отдельно можно отметить статью О. И. Казакова [4], в которой автор, опираясь на статистические данные, изучает зависимость роста туристического присутствия КНР в Японии и отношения граждан этой страны к Китаю.

Китайские исследователи также достаточно активно изучают политическую роль туризма в современном мире. К числу подобных ученых можно отнести Чжан Ж., Цзинь Л., Дин П. [22], Ли Ц. [21], Сун Ц. [5], Мак Б. [27], Юй И., Нью Х. [23] и др. [17; 19; 20; 24–26]. Несмотря на тот факт, что в китайском научном дискурсе присутствует определенное расхождение во мнениях относительно этической стороны применения туризма в качестве инструмента достижения государственных целей (преимущественно между представителями научных кругов материковой части Ки-

¹ Guidelines for Success in the Chinese Outbound Tourism Market [Электронный ресурс]. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284421138> (дата обращения: 17.03.2021).

² Программа China Friendly [Электронный ресурс]. URL: <http://mbg.exposcom.pro/our-projects/programma-china-friendly> (дата обращения: 01.08.2021).

тая и Тайваня), исследователи склонны признавать возрастающее влияние феномена в общей системе сношений КНР с внешним миром.

Методология

Основной целью настоящего исследования является определение причин становления Мурманской области как растущего центра притяжения китайского туризма в России.

Для выполнения поставленной цели автор выделил три задачи.

1. Рассмотрение темпов развития китайского туризма в Мурманской области в период с 2014 по 2019 г.
2. Изучение тех положений арктических стратегий двух стран, в которых затрагиваются вопросы арктического туризма.
3. Выделение основных точек интереса для китайских туристов в Мурманской области.

Изучение динамики показателей китайского туризма в Мурманскую область необходимо для того, чтобы определить уровень интереса к региону со стороны путешественников из КНР. На основе полученных данных можно будет сделать вывод относительно того, действительно ли имеет место такой феномен, как китайский «туристический бум» в Мурманской области. Рассмотрение положений арктических стратегий, затрагивающих арктический туризм, необходимо для того, чтобы определить наличие заинтересованности в развитии направления на высшем государственном уровне. Выявление основных туристических точек интереса в регионе позволит определить дополнительные причины роста востребованности и потенциал дальнейшего развития Мурманской области как центра притяжения китайских туристов в период после снятия туристических ограничений.

В ходе написания настоящей работы автором был использован метод контент-анализа. В рамках статьи были использованы источники как на русском, так и на китайском языках, среди которых нормативно-правовые документы двух стран, а также статистические данные, в том числе и отсутствующие в открытом доступе.

Результаты

За последние годы китайский туризм в РФ получил значительное развитие. Если в 2014 г. страну посетили 874 тыс. китайских путешественников¹, то в предшествующем введению значительных туристических ограничений ввиду пандемии COVID-19 2019 г. данный показатель уже был равен 1 млн 883 тыс.² Процентный прирост за пять лет составил более 115%. Во многом подобная положительная динамика связана с продуктивным развитием дружественных отношений и взаимопонимания между двумя странами.

Устоявшимися центрами китайского туризма в РФ традиционно являются крупные города, такие как Москва и Санкт-Петербург³, однако появляются также и новые направления, которые значительно превосходят общероссийский процентный уровень прироста интереса со стороны китайских путешественников. Одним из таких направлений является Мурманская область, регион, способный предоставить китайскому туристу опыт, ввиду природных особенностей, отличный от большей

¹ Статистический сборник «Россия в цифрах 2017» [Электронный ресурс]. URL: https://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/rusfig/rus17.pdf (дата обращения: 01.08.2021).

² Статистический сборник «Россия в цифрах 2020» [Электронный ресурс]. URL: https://gks.ru/bgd/regl/b20_11/Main.htm (дата обращения: 20.08.2021).

³ Статистика турпотоков [Электронный ресурс]. URL: <http://mbg.exposcom.pro/rossiysko-kитайskiy-turizm/statistika> (дата обращения: 03.08.2021).

части других туристических направлений. Этот фактор, в совокупности с положениями «Китайской арктической стратегии» 2018 г., из текста которой становится понятно, что Китай старается позиционировать себя в качестве источника туризма в Арктику (пункт 4.3.4: «Arctic tourism is an emerging industry, and China is a source of tourists to the Arctic»)¹, делает рассматриваемое направление одним из наиболее перспективных с точки зрения расширения китайского туристического присутствия. Данное предположение уже сегодня находит статистическое подтверждение. Так, если в 2014 г., по данным Комитета по туризму Мурманской области (ответ на обращение 34-02/603-АЕ от 07.05.2021), регион посетил только 171 китайский турист (табл.), то по прошествии пяти лет, в 2019 г., Мурманской области удалось достичь показателя в 19 816 путешественников. В процентном соотношении показатели увеличились на 11 556,5%. Периодами наибольшего численного прироста стали 2018 (5424 чел.) и 2019 (7809 чел.) годы. Стоит отметить, что подобная динамика, более чем в 10 раз опережающая общероссийские темпы, с высокой долей вероятности позволяет нам предположить, что после снятия туристических ограничений между РФ и КНР можно будет наблюдать дальнейшее превращение региона в развивающийся центр китайского туризма в России.

Кроме желания КНР играть посредством туризма более значительную роль в Арктике, увеличению китайского туристического потока в Мурманскую область способствовала и заинтересованность руководства Российской Федерации в реализации потенциала региона. Важность развития туризма отмечалась как в тексте «Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года» (пп. 1.9д, 1.10о и 1.17л)², так и в Указе Президента РФ «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года» (пп. 4.20з, к)³. Важно отметить, что во втором документе исчезло упоминание о необходимости обеспечения рационального природопользования и развития экологически безопасных видов туризма (пункт 1.10о)⁴. Искусственное ограничение туристической активности со стороны России, связанное с опасениями относительно возможных негативных последствий роста численности путешественников в Арктике, являлось значительным препятствием для дальнейшего кратного уве-

Таблица

Численность китайских туристов в Мурманской области

Table. The number of Chinese tourists in the Murmansk region

Год	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Численность (чел.)	171	789	3099	6583	12 007	19 816	8387

Источник: Комитет по туризму Мурманской области.

¹ China's Arctic Policy. The State Council Information Office of the People's Republic of China. January 2018. First Edition 2018 [Электронный ресурс]. http://english.www.gov.cn/archive/white_paper/2018/01/26/content_281476026660336.htm (дата обращения: 05.05.2021).

² Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/2RpSA3sctElhAGn4RN9dHrtzk0A3wZm8.pdf> (дата обращения: 01.08.2021).

³ Указ Президента РФ «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года» [Электронный ресурс]. URL: <http://ips.pravo.gov.ru:8080/default.aspx?pn=0001202010260033> (дата обращения: 02.08.2021).

⁴ Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/2RpSA3sctElhAGn4RN9dHrtzk0A3wZm8.pdf> (дата обращения: 01.08.2021).

личения китайского туризма в регион, так как важность устойчивого подхода к освоению (в том числе и туристическому) Арктики прописана в тексте арктической «Белой книги» КНР¹. Однако исключение упомянутой формулировки позволяет предположить, что угроза не столь критична, и Мурманская область готова работать в условиях растущих потоков.

Ввиду вышесказанного можно прийти к промежуточному выводу, что такой феномен, как китайский «туристический бум» в Мурманской области действительно имеет место быть и тесно связан с гармонизацией интересов двух стран: с одной стороны, КНР, не являясь арктической страной, стремится усилить собственное присутствие в Арктике, в том числе и посредством туризма. С другой стороны, в Российской Федерации на высшем уровне признается важность развития туризма в Российской Арктике. Однако подобный значительный прирост показателей не может быть исключительно результатом политических интересов. Регион, способный за столь короткий промежуток времени сместиться в центр китайского туристического фокуса, должен также обладать и набором точек туристического интереса, мотивирующих путешественников к посещению. Для предметного изучения интереса китайских туристов в Мурманской области можно прибегнуть к данным с официального сайта² китайского туристического онлайн-агентства Strip. Данный источник был выбран не случайно: агентство Strip является крупнейшей туристической онлайн-платформой в КНР, а его деятельность носит системообразующий характер для китайской туристической отрасли, ввиду чего статистическими данными организации пользуются государственные органы Китая и международные организации (например, UNWTO³). Согласно данным с сайта агентства, по итогам арктического туристического сезона 2017/2018 одним из наиболее привлекательных для китайских путешественников является девятидневный тур с маршрутом «Москва — Санкт-Петербург — Мурманск»⁴.

Учитывая популярность среди китайских туристов маршрута «Москва — Санкт-Петербург — Мурманск», данный продукт в рамках настоящего исследования будет уместно изучить более подробно, чтобы сформировать понимание природы интереса китайского потребителя. Согласно программе тура, в первый день сбор группы производится в Шанхае, откуда осуществляется вылет в Москву. Программа второго дня предполагает посещение достопримечательностей столицы России и вылет в Мурманск во второй половине суток. В качестве главной точки интереса Мурманской области выступает северное сияние, природное явление, недоступное китайскому туристу на внутреннем рынке. Отдельно стоит отметить, что в программе прописывается «охота» (т.е. демонстрация туристам) на северное сияние сразу после приземления в Мурманске, что говорит о непредсказуемости данного феномена и желании организаторов туристического обслуживания, по возможности, реализовать этот пункт программы как можно раньше. Третий день предполагает посещение деревни Териберки, общение с местными жителями, являющимися коренными представителями северных народов, а также знакомство с их бытом. Во время ужина в этой деревне у туристов есть возможность попробовать оленье мясо,

¹ China's Arctic Policy. The State Council Information Office of the People's Republic of China. January 2018. First Edition 2018 [Электронный ресурс]. http://english.www.gov.cn/archive/white_paper/2018/01/26/content_281476026660336.htm (дата обращения: 20.10.2021).

² Официальный сайт Strip. Девятидневный групповой тур Москва — Санкт-Петербург — Мурманск [Электронный ресурс]. URL: <https://vacations.ctrip.com/travel/detail/p21025900/?city=2> (дата обращения: 02.08.2021).

³ Guidelines for Success in the Chinese Outbound Tourism Market [Электронный ресурс]. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421138> (дата обращения: 17.03.2021).

⁴ Официальный сайт Strip. Девятидневный групповой тур Москва—Санкт-Петербург—Мурманск.

что указывается в качестве одного из дополнительных преимуществ данного тура. Отдельно стоит отметить, что у туристов в ходе посещения Мурманской области есть возможность получить дополнительную опцию в виде дегустации королевского краба, что также преподносится как отличительная особенность посещения арктического региона. Четвертый день предполагает экскурсию по атомному ледоколу «Ленин» и поездку к мемориалу «Защитникам Советского Заполярья в годы Великой Отечественной войны». Туристам также предоставляется возможность посещения Хаски-парка. Ночью этого же дня группа вылетает в Санкт-Петербург, где проводит пятый и шестой дни поездки. Утром седьмого дня отправление в Москву на «Сапсане», откуда группа вечером восьмого дня вылетает обратно в Шанхай (финальный день — окончание поездки). «Мурманский» маршрут выступает в качестве естественного конкурента «норвежского», также пользующегося популярностью у китайских туристов. В качестве основного преимущества обоих маршрутов выступает возможность наблюдать северное сияние, оба направления предполагают посещение ключевых точек интереса регионов, дегустацию местных деликатесов и общение с коренными жителями¹. Ключевое же отличие заключается в стоимости предоставляемых услуг. Так, если путешествие по «мурманскому» маршруту для клиента Strip будет стоить 10 536 юаней (около 116 тыс. руб.), то «норвежский» маршрут обойдется туристу в 29 274 юаней (около 325 тыс. руб.); также в стоимость включено посещение Финляндии)².

Выводы

В итоге можно заключить, что Мурманская область, становясь зоной растущего туристического интереса со стороны путешественников из КНР, а также обладая привлекательными природными характеристиками, является одним из наиболее перспективных туристических регионов РФ, который уже сегодня демонстрирует впечатляющие темпы развития, в процентном соотношении значительно опережающие общероссийские. Подобный кратный прирост китайской туристической активности в регионе за последние годы можно обосновать двумя ключевыми причинами. Во-первых, изучая тексты стратегий арктической политики двух стран, становится очевидно, что в развитии арктического туризма сегодня заинтересованы как в РФ, так и в КНР. Мурманская область является ярким примером того, как, благодаря гармоничному согласованию интересов двух стран, отдельно взятый регион может в короткий срок получить значительный импульс к развитию. Во-вторых, важным фактором прироста показателей китайского туризма в Мурманской области стало наличие специфических природных особенностей, таких как северное сияние, а также иных точек интереса, которые успешно мотивируют китайских путешественников к посещению региона.

Литература

1. Александрова А. Ю. Международный туризм : учебник. М. : КноРус, 2020. 459 с.
2. Бутузов А. Г. Этнокультурный туризм : учеб. пособие. М. : КноРус, 2021. 248 с.
3. Заклязьмина Е. О. Экономика туризма Китайской Народной Республики : дис. ... канд. экон. наук. 08.00.14. Чита, 2018.
4. Казаков О. И. Китайский туризм в Японию: примирение «Мягкой силой»? // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. 2018. № 23. С. 248–260.

¹ Путеводитель по северным странам. Шестидневный маршрут по Норвегии [Электронный ресурс]. URL: https://www.uniqueway.com/articles/north_europe/302.html (дата обращения: 20.10.2021).

² Отчет о полярном туризме в Китае. 2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://m.traveldaily.cn/article/119175> (дата обращения: 20.10.2021).

5. Сун Ц. Туристическая дипломатия как механизм формирования имиджа страны. Минск : БГУ, 2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/209138/1/256-259.pdf> (дата обращения: 22.12.2020).
6. Кокарев К. А., Комиссина И. Н., Сведенцев В. Л. Политика «мягкой силы» Китая в Азии // Проблемы национальной стратегии. 2019. № 3. С. 11–67.
7. Туризм : словарь / под ред. д-ра экон. наук, проф. М. А. Морозова. М. : ИНФРА-М, 2019. 300 с. (Библиотека словарей ИНФРА-М).
8. Ломанов А. В. Стратегия культурного влияния Китая в проекте «Один пояс, один путь» // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. 2017. № 22. С. 52–63.
9. Лукин Ю. Ф. Туризм в Арктике: концептуальные подходы, ресурсы регионов // Арктический туризм в России / отв. редактор Ю. Ф. Лукин; [составитель туристского справочника по регионам Н. К. Харлампьева]; Сев. (Арктич.) федер. ун-т; Санкт-Петерб. гос. ун-т. Архангельск: САФУ, 2016. С. 59–60.
10. Малыгина Н. В. Экологический туризм : учебник. М. : Прометей, 2019. 162 с.
11. Оборин М. С. Теоретические основы изучения рекреации и туризма на различных иерархических уровнях // Вестник Нижневартовского государственного университета. 2012. № 1. С. 89–94.
12. Соколова М. В. История туризма : учеб. пособие. М. : Мастерство, 2002. 352 с.
13. Ци В. Выездной туризм из Китая // Инновации и инвестиции. 2017. № 6. С. 7–90.
14. Чугунова А. А. «Мягкая сила» международного туризма: особенности национального бренд-менеджмента европейских стран // Сборник материалов IV Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции «Цифровой бренд-менеджмент территорий: глобальный и локальный аспекты» — 2018. Томск, 2019. С. 199–206.
15. Ermolina M. A., Kapustina M. A., Matveevskaya A. S., Pogodina V. L. Legal regulation of ecological tourism in Arctic, IOP conference Series: Earth and Environmental Science. 2019. 302, 012037. DOI: 10.1088/1755-1315/302/1/012037.
16. Kalachnikova M., Shaparov A., Shadrina O., Myakshin V. Tourist destinations in the regions of the Russian Arctic: opportunities and obstacles to development // Revista Espacios. 2020. Vol. 41. Is. 17. P. 27
17. Lim C., Wang Y. China's post-1978 experience in outbound tourism. 2008. N 78 (2). P. 450–458 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7126897/> (дата обращения: 03.09.2020).
18. Rosenau J. N. Le touriste et le terroriste ou les deux extremes du continuum international // Etudes intenationales. 1979. Juin. P. 220.
19. Tony S. M. Tse. Chinese Outbound Tourism as a Form of Diplomacy. 2013. Vol. 10 (Is. 2). P. 149–158 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21568316.2013.783738?journalCode=rthp21> (дата обращения: 08.03.2021).
20. 钟龙彪, 刘力. 国际旅游发展背景下的中国国家形象传播. 对外传播. 2013. [Чжун Л., Лю Л. Продвижение национального имиджа Китая в контексте развития международного туризма // Журнал «Внешние связи»]. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ixueshu.com/h5/document/f21b7d05519c59115faf826780de3e19318947a18e7f9386.html> (дата обращения: 27.04.2021).
21. 李静. 中国旅游外交政策的历史演进. 天中学看. 2020. [Ли Ц. Историческая эволюция внешней политики Китая в области туризма // Журнал «Тяньжун»]. [Электронный ресурс]. URL: <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFQ&dbname=CJFDAUTO&filename=TZXK202004002&uid=WEEvREcwSIJHSlcSdmVqM1BLUWdMWjVWVWdBrkFNbDIUjIbYtZ3TFVIS> T0=\$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMowwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MTMzNjJdVVI3cWZidWR2RnlEZ1Y3M1BNVGZUWmJHNEhOSE1xNDIGWm9SOGVYMUx1eFITN0RoMVQzcVRYV00xRnl= (дата обращения: 22.12.2020).
22. 张睿, 金磊, 丁培毅. “一带一路”背景下的丝路文化软实力建设——国际旅游发展新动力. 旅游学刊. 2017. [Чжан Ж., Цзинь Л., Дин П. Формирование «мягкой силы» культуры Шелкового пути на фоне инициативы «Пояс и путь»: Новая движущая сила мирового туризма // Туристический Академический журнал]. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wenmi.com/article/rx9bn604cv32.html> (дата обращения: 22.12.2020)
23. 余樱, 严安林, 牛海彬. 大陆居民赴台旅游综合效应研究. 2016. [Юй И., Янь А., Ню Х. Исследование воздействия туристических поездок жителей материкового Китая на Тайвань]. [Электронный ресурс]. URL: <http://210.42.192.44/kcms/detail/detail.aspx?QueryID=10&CurRec=1&dbCode=CMFD&file>

- ame=1016709538.nh&dbname=CMFDLAST2016&uid=MjVkaGlsYlEvNmxiVIY5M3VVOWImQWJlMFhGc1VvSjN5SkdsWGpmejJjc0p0dXpS (дата обращения: 22.12.2020)
24. 郑永年, 张弛. “一带一路”与中国大外交. 当代世界. 2016. [Чжэн Ю., Чжан Ч. «Пояс и путь» и китайская дипломатия // Журнал «Современный мир». [Электронный ресурс]. URL: <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2016&filename=JSDD201602003&v=1oA88954SwejoGuEPTeInVilorl9Ar4bOdBQj4erdYE0ibgg3viTqwLy1A0ohTx3> (дата обращения: 10.09.2020).
 25. 刘再起. 王曼莉. “一带一路”:中国软实力的“西游”之路. 江汉论坛. 2016. [Лю Ц., Ван М. «Пояс и путь»: Путешествие китайской «мягкой силы» на Запад // Материалы форума Цзяньхэнь. [Электронный ресурс]. URL: <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2016&filename=JHLT201606007&v=sjBgUMYhHbPWkjRrI9rmiz%25mmd2BAfOH02%25mmd2Bm7pUYAP89EzecFs2cCuO9bOq4c247zdrai> (дата обращения: 10.09.2020).
 26. 黄正聪. 中國愛把觀光客當政治工具 日本7年前有過. 2019. [Хуан Ч. Исследование китайского туризма в качестве политического инструмента. Опыт Японии]. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/2869825> (дата обращения: 10.09.2020)
 27. 政治思想对中国出境旅游的影响. 2013. [Мак Б. Влияния политической идеологии на выездной туризм КНР]. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19388160.2013.756764> (дата обращения: 09.09.2020).

Об авторе:

Бу Руслан Хэевич, аспирант, ассистент факультета международных отношений Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Российская Федерация); Santaiorg@mail.ru

References

1. Alexandrova A. Yu. International tourism: textbook. M. : Knorus, 2020. 459 p. (In Rus).
2. Butuzov A. G. Ethnocultural tourism: textbook. M. : Knorus, 2021. 248 p. (In Rus).
3. Zaklyazmina E. O. Tourism economy of the People's Republic of China: dissertation. Chita, 2018. (In Rus).
4. Kazakov O. I. Chinese tourism to Japan: reconciliation “Soft power”? // China in world and regional politics. History and modernity [Kitai v mirovoi i regional'noi politike. Istoriya i sovremennost']. 2018. N 23. P. 248–260. (In Rus).
5. Song J. Tourism diplomacy as a mechanism for shaping the image of the country. Minsk : Belarusian State University, 2018 [Electronic source]. URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/209138/1/256-259.pdf> (date: 22.12.2020). (In Rus).
6. Kokarev K. A., Komissina I. N., Svedentsov V. L. China's Soft Power Policy in Asia // Problems of the national strategy [Problemy natsional'noi strategii]. 2019. N 3. P. 11–67. (In Rus).
7. Tourism: dictionary / ed. prof. M. A. Morozova. M. : INFRA-M, 2019. 300 p. (INFRA-M Dictionary Library). (In Rus).
8. Lomanov A. V. Strategy of cultural influence of China in the project “One Belt, One Way” // China in world and regional politics. History and modernity [Kitai v mirovoi i regional'noi politike. Istoriya i sovremennost']. 2017. N 22. P. 52–63. (In Rus).
9. Lukin Yu. F. Tourism in the Arctic: conceptual approaches, regional resources // Arctic tourism in Russia / ex. Editor Yu. F. Lukin; Northern (Arctic) Federal University; St. Peterburg State University. Arkhangelsk : NArFU, 2016. P. 59–60. (In Rus).
10. Malygina N. V. Ecological tourism: textbook. M. : Prometheus, 2019. 162 p. (In Rus).
11. Oborin M. S. Theoretical foundations of studying recreation and tourism at various hierarchical levels // Bulletin of Nizhnevartovsk State University [Vestnik Nizhnevartovskogo gosudarstvennogo universiteta]. 2012. N 1. P. 89–94. (In Rus).
12. Sokolova M. V. History of tourism: textbook. M. : Skill, 2002. 352 p. (In Rus).
13. Qi W. Outbound tourism from China // Innovation and investment [Innovatsii i investitsii.]. 2017. N 6. P. 87–90. (In Rus).
14. Chugunova A. A. “Soft power” of international tourism: features of the national brand management of European countries // CONNECT-UNIVERSUM–2018. Collection of materials of the IV International Transdisciplinary Scientific and Practical WEB-Conference. Tomsk, 2019. P. 199–206. (In Rus).
15. Ermolina M. A., Kapustina M. A., Matveevskaya A. S., Pogodina V. L. Legal regulation of ecological tourism in Arctic, IOP conference Series: Earth and Environmental Science. 2019. 302, 012037. DOI: 10.1088/1755-1315/302/1/012037.

16. Kalachnikova M., Shaparov A., Shadrina O., Myakshin V. Tourist destinations in the regions of the Russian Arctic: opportunities and obstacles to development // Revista Espacios. 2020. Vol. 41. Is. 17. P. 27.
17. Lim C., Wang Y. China's post-1978 experience in outbound tourism. 2008. N 78 (2). P. 450–458 [Electronic source]. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7126897/> (accessed: 03.09.2020).
18. Rosenau J.N. Le touriste et le terroriste ou les deux extremes du continuum international // Etudes internationales. 1979. Juin. P. 220.
19. Tony S. M. Tse. Chinese Outbound Tourism as a Form of Diplomacy. 2013. Vol. 10 (Is. 2). P. 149–158 [Electronic source]. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21568316.2013.783738?journalCode=rthp21> (accessed: 08.03.2021).
20. 钟龙彪, 刘力. 国际旅游发展背景下的中国国家形象传播. 对外传播. 2013. [Zhong L. Liu L. Promotion of China's national image in the context of international tourism development // Journal "External Relations"] [Electronic source]. URL: <https://www.ixueshu.com/h5/document/f21b7d05519c59115faf826780de3e19318947a18e7f9386.html> (accessed: 27.04.2021) (in Chinese).
21. 李静. 中国旅游外交政策的历史演进. 天中学看. 2020. [Li J. Historical evolution of China's foreign policy in the field of tourism // Tianrong Magazine] [Electronic source]. URL: [https://www.wenmi.com/article/px9bn604cv32.html](https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFQ&dbname=CJFDAUTO&filename=TZXK202004002&uid=WEEvREcwSIJHSlIdSdmVqM1BLUWdMWjWWWdBRkFNbDIJUjBYTZ3TFVIST0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMowvHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MTMzNjJdVjV13cWZidWR2RnIEZ1Y3M1BNVGZUWmJHNEhOSE1xNDIGWm9SOGVYMUx1eFITN0RoMVQzcVRYV00xRnI= (дата обращения: 22.12.2020).
22. 张睿, 金磊, 丁培毅. “一带一路”背景下的丝路文化软实力建设——国际旅游发展新动力. 旅游学刊. 2017. [Zhang R. Jin L. Ding P. The Silk Road Cultural Soft Power Construction in the Context of The Belt One Road: a New Driving Force for World Tourism // Travel Academic Magazine] [Electronic source]. URL: <a href=) (sccessed: 22.12.2020) (in Chinese).
23. 余樱, 严安林, 牛海彬. 大陆居民赴台旅游综合效应研究. 2016. [Yu Y. Yan A. Niu H. Study on the Impact of Mainland Chinese Tourist Travel to Taiwan] [Electronic source]. URL: <http://210.42.192.44/kcms/detail/detail.aspx?QueryID=10&CurRec=1&dbCode=CMFD&filename=1016709538.nh&dbname=CMFDLAST2016&uid=MjVkaGlsYEVNmXlVY5M3VVOWImQWJIMFhGc1VvSjN5SkdsWGPmejJc0p0dXpS> (accessed: 22.12.2020) (in Chinese).
24. 郑永年, 张弛. “一带一路”与中国大外交. 当代世界. 2016 [Zheng Y. Zhang C. The Belt and Road and Chinese Diplomacy // The Modern World Magazine]. URL: <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2016&filename=JSDD201602003&v=1oA88954SwejoGuEPTElnVilorI9Ar4bOdBQj4erdYE0ibgg3viTqwLy1A0ohTx3> (accessed: 10.09.2020) (in Chinese).
25. 刘再起. 王曼莉. “一带一路”:中国软实力的“西游”之路. 江汉论坛. 2016 [Liu Z. Wang M. The Belt and Road: The Journey of Chinese Soft Power to the West // Materials of the Jiahan Forum] [Electronic source]. URL: <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD-&dbname=CJFDLAST2016&filename=JHLT201606007&v=sjBgUMYhHbPWkjRr19rmiz%25mmd2BAfOHO2%25mmd2Bm7pUYAP89EzecFs2cCuO9bOq4c247zdrai> (accessed: 10.09.2020) (in Chinese).
26. 黄正聪. 中國愛把觀光客當政治工具 日本7年前有過. 2019. [Huang Z. Research on Chinese Tourism as a political instrument. The experience of Japan] [Electronic source]. URL: <https://news.ltn.com.tw/news/politics/breakingnews/2869825> (accessed: 10.09.2020) (in Chinese).
27. 政政治思想对中国出境旅游的影响. 2013. [Mac B. Influence of political ideology on outbound tourism in the PRC] [Electronic source]. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19388160.2013.756764> (accessed: 09.09.2020) (in Chinese).

About the author:

Ruslan Kh. Bu, Post-graduate Student, Assistant at the Faculty of International Relations at the St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russian Federation); Santaiorg@mail.ru