

**ISSN 2311-5580**

БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. ИММАНУИЛА КАНТА

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ  
И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И СЕРВИСА

Материалы Международной научно-практической конференции  
студентов и аспирантов

г. Калининград  
12 мая 2023 года

Выпуск 17

Под редакцией Л. В. Семеновой

Калининград  
2023

УДК 338.48(470.26)  
ББК 65.433(2Р3104К)  
Т108

*Редакционная коллегия:*

*Л. В. Семенова*, канд. экон. наук, доцент (отв. редактор)  
*Е. Г. Кропинова*, д-р геогр. наук, профессор (Калининград)  
*В. Павловский*, канд. пед. наук, профессор (Ольштын, Польша)  
*Е. Ю. Никольская*, канд. экон. наук, доцент (Москва)  
*Ю. Ю. Филиппов* (отв. секретарь)

Т108 Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма и сервиса : материалы Всерос. науч.-практ. конф. студ. и асп. / под ред. Л. В. Семеновой ; БФУ им. И. Канта. — Вып. 17. — Калининград, 2023. — 373 с.

Сборник содержит материалы Семнадцатой Всероссийской научно-практической конференции студентов и аспирантов «Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма и сервиса», проходившей 12 мая 2023 года и посвященной актуальным вопросам развития туризма, вопросам влияния трансграничного сотрудничества на развитие приграничных туристских территорий, особенностям организации отдельных туристских направлений, а также актуальным вопросам развитию гостиничного бизнеса. Отдельным направлением на конференции были представлены доклады, связанные с прикладным вопросам сервиса, землеустройства и пространственного развития туристских территорий.

Представляет интерес для преподавателей, аспирантов, студентов, и практических работников сферы сервиса и туризма.

Издается в авторской редакции.

УДК 338.48(470.26)  
ББК 65.433(2Р3104К)

© Коллектив авторов, 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

### Научные труды преподавателей и молодых ученых

<i>Гареев Р. Р.</i> Анализ инклюзивной среды на экотропах в природных парках г. Москвы и разработка рекомендаций по ее совершенствованию и популяризации экологического туризма в городской среде .....	9
<i>Ищенко А. Р., Кононов А. Ю.</i> Роль UX/UI в продвижении туристского продукта ....	15
<i>Митрофанова А. В., Солодовник А. С., Черняева Л. В.</i> Развитие сельского туризма на востоке Калининградской области как инструмент диверсификации регионального туристского предложения .....	24
<i>Никольская Н. Ю., Кваша Е. С., Галкин Д. В.</i> Ключевые факторы, влияющие на развитие инновационной деятельности гостиничного предприятия.....	33
<i>Хильшер В. А., Баданина Е. А.</i> Обучение персонала отеля в современных условиях .....	42

### Актуальные вопросы развития туризма

<i>Ахромеева К. О.</i> История развития и значение статистики туризма для туристской деятельности .....	50
<i>Богданова В. С.</i> Правовое регулирование в сфере туризма Приморского края .....	55
<i>Божко Е. В., Ден В. Г.</i> Феномен популярности рынка вьетнамской кухни (на примере Приморского края).....	60
<i>Гениевская Ю. С.</i> Программа продвижения туристического потенциала пос. Железнодорожного .....	67
<i>Долгушина Э. А., Анохин А. Ю.</i> Приоритетные запросы молодёжной аудитории при организации путешествий. Достоинства и риски новых видов туризма .....	72
<i>Ещенко П. К.</i> Перспективы развития велотуризма в Калининградской области.....	77
<i>Заводнова П. О.</i> Роль культуры в формировании положительного имиджа Китая.....	82
<i>Зякина В. А.</i> Перспективные методы продвижения туристического продукта в социальных сетях.....	90
<i>Иванова А. В.</i> Проблемы межкультурной коммуникации в современном туризме..	95
<i>Ковтун А.Е., Романова М.М.</i> Устойчивое развитие горнолыжного туризма в России.....	101
<i>Куулар М.В.</i> Проблемы развития туристической инфраструктуры в приграничных районах Республики Тыва.....	105
<i>Лихтарева Е.П., Варлыгина М.А.</i> Основные тенденции трансформации самостоятельного активного водного туризма на территории Калининградской области ....	111
<i>Мазурек А. А.</i> Теория обоснования новизны проектного подхода к управлению туризмом в Чеченской республике .....	118
<i>Назарова А. Н., Витко Н. В.</i> Особо охраняемые природные территории как центры притяжения экологического туризма в России.....	127
<i>Петрова Д. И., Ивлева О. И.</i> Нетривиальный подход к организации исторического туризма, основанный на открытиях в нейробиологии .....	135

**П. О. Заводнова**  
(научный руководитель: Н. В. Котляр)

## **РОЛЬ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА КИТАЯ**

*Статья посвящена изучению роли культуры в формировании имиджа Китая. В статье рассматриваются основные составляющие китайской культурной политики, направленной на улучшение международного имиджа Китая и улучшение отношений с другими государствами. Приводятся выводы о том, как культура влияет на политический имидж страны.*

**Ключевые слова:** культура, культурная политика, «мягкая сила», имидж.

**P. Zavodnova**  
(Scientific Supervisor: N. Kotlyar)

## **THE ROLE OF CULTURE IN THE FORMATION OF A POSITIVE IMAGE OF CHINA**

*The article is devoted to the study of the role of culture in shaping the image of China. The article examines the main components of Chinese cultural policy aimed at improving China's international image and improving relations with other states. The conclusions about how culture affects the political image of the country are presented.*

**Key words:** culture, cultural policy, «soft power», image/

### **Актуальность.**

На сегодняшний день, Китай является одним из ключевых игроков на мировой арене в различных сферах жизни мирового сообщества, поэтому представляется актуальным и своевременным изучение китайского опыта формирования положительного имиджа своей страны. Культура Китая, как традиционная, так и современная, играет одну из ключевых ролей в формировании и укреплении имиджа страны в зарубежных странах и может использоваться, как инструмент дипломатии и взаимопонимания между различными культурами.

Роль культуры в формировании положительного имиджа Китая – интересная тема для изучения, так как Китай представляет собой яркий пример успешного современного государства, основывающее свой политический имидж на традиционной и очень древней культуре. Культуру Китая, как основополагающую составляющую мягкой силы этой страны, важно изучать, потому что ее можно использовать для создания собственного имиджа на мировой арене.

**Цель** – изучить роль культуры в формировании положительного имиджа Китая на мировой арене.

**Объект** – роль культуры в формировании положительного имиджа государства.

**Предмет** – формирование положительного имиджа Китая с помощью культурной политики.

Под ролью культуры в данной статье понимается влияние культуры на формирование положительного имиджа Китая на мировой арене. Особое внимание будет уделено основным составляющим и направлениям культурной политики Китая, политике создания положительного имиджа страны и распространению культуры, как фактора наращивания «мягкой силы», с помощью культурной привлекательности и реализации задач внешней политики без применения методов давления и принуждения.

Основными направлениями культурной политики Китая являются восстановление, сохранение и популяризация исторических культурных памятников и национальных культурных традиций, развитие современной культуры и внедрение современных технологий в культурную сферу, поддержка и продвижение китайского языка и культуры в мире, в том числе с помощью международных культурных обменов и научно-образовательное сотрудничество.

Имидж любой страны складывается из множества различных элементов, одним из которых является культурная политика.

Начнем с того, что из себя представляет имидж государства.

Само понятие имидж (от англ. image – «образ», «изображение», «отражение») имеет много значений в зависимости от сферы применения данного термина. Слово «имидж» в русском языке означает мнение или суждение, выражающее оценку, отношение или взгляд на что-либо. Понятие имиджа в широком смысле означает все, что люди думают и чувствуют о ком-то или о чем-то. Это может быть представление о продукте, компании, бренде, стране или даже человеку.

В современном мире термин «имидж» используется во многих сферах жизни общества. Сам термин имеет достаточно длинную историю развития, которая начинается еще со времен родоплеменного строя, однако, принято считать, что этот термин ввели в использование австралийский психолог Зигмунд Фрейд и американский экономист Кеннет Боулдинг.

Зигмунд Фрейд в 1930-е годы издавал журнал «Имидж», в котором трактовал термин не как образ чего-либо, а больше как идеал, что-то отличающееся от реального. Однако, широкое использование термин получил только в конце 1960-х годов, когда американский экономист и ученый Кеннет Боулдинг в 1956 году опубликовал свою работу под названием «Имидж». По его мнению, имидж – это определенный поведенческий стереотип, влияющий на поступки отдельной личности, группы лиц или нации [1]. Позже термин «имидж» начали использовать и в политической сфере.

Формирование имиджа является достаточно сложным процессом, в результате которого создается определенное представление о чем-либо или восприятие чего-либо.

Имидж – это сформированный, цельный и завершённый образ кого-либо или чего-либо, который оказывает определенное эмоциональное, психологическое влияние на ту или иную аудиторию [2]. Например, в бизнес-сфере положительный имидж компании создается в целях привлечения большего внимания к себе, для

продвижения своих продуктов и услуг, процветания компании. Также и на мировой арене: страны формируют имидж, тем самым привлекая внимание людей из других стран, налаживают контакты с другими государствами.

Под имиджем государства можно понимать совокупность представлений, которые создаются в мировом сообществе о государстве, его культуре, обществе и экономике. Создание имиджа можно представить в виде структуры, в которую входят различные элементы, такие как имидж правительства, экономический, деловой и исторический имиджи, имидж вооруженных сил государства, имидж столицы государства, имидж, формирующийся на основе событий, произошедших в стране, культурный имидж и т.д. [3]

Рассматривая влияние культуры на политический имидж государства, можно использовать термин «культурная политика». Культурная политика государства направлена на укрепление, поддержание и продвижение национальной культуры внутри государства, а также на формирование ее имиджа в мировом сообществе. Культурная дипломатия может выражаться в создании культурных центров, проведении фестивалей, в распространении национального языка, в международных сотрудничествах в области культуры и т.д. Также можно отметить важное значение культурной политики государства в сфере туризма, так как культурная привлекательность и культура страны в целом оказывает значительное влияние на привлечение иностранных граждан в страну, что непосредственно связано и с экономической отраслью государства.

Важную роль имидж страны играет непосредственно в ведении внешней политики и развитии международных партнерств. В современном мире любое государство стремится к максимальной поддержке со стороны своих партнеров, и как раз имидж этой страны может стать ключевым аспектом для принятия партнером решения о сотрудничестве.

Культурная политика и имидж страны являются важными аспектами «мягкой силы» государства. Термин «мягкая сила» ввел в оборот американский политолог Джозеф Най в 1990 году. Он характеризует этот термин способностью государства получать желаемые результаты в отношениях с другими государствами за счет ценностей и привлекательности собственной культуры, а не за счет принуждения или финансовых ресурсов [4]. Можно сказать, что «мягкая сила» – это способность убеждать, формировать положительное мнение и восприятие, и влиять на другое государство и людей из других стран, с целью достижения желаемых результатов. «Мягкая сила» – это противоположный термин термину «жесткая сила». Если «жесткая сила» подразумевает принуждение, агрессию и военные способы убеждения, то «мягкая сила» наоборот «приветствует» применение любых способов убеждения, например, как культурная привлекательность страны, но только не способы, которые несут агрессивный и военных подтекст.

С момента введения термина «мягкая сила» в использование в политической сфере, он получил широкое распространение во многих направлениях. На сегодняшний день существует достаточное количество моделей «мягкой силы». Наиболее распространенные из них следующие: экономическая «мягкая сила» -

способность государства привлекать и влиять на другие страны за счет экономических средств, в том числе инвестиции, экспорт товаров и услуг и т.д.; гуманитарная «мягкая сила» - способ, основывающийся на развитии образования, науки, технологий и медицины в государстве; культурная «мягкая сила» - развитие туристического бизнеса, распространение национального языка и привлекательность культуры страны [5]. Грамотное использование именно «мягкой силы» дает возможность добиться желаемых результатов, например, в сотрудничестве с другими государствами, без использования способов характерных для «жесткой силы».

В современном мире формирование именно положительного международного имиджа необходимо для каждого государства, так как положительный имидж страны помогает достигать политических и экономических успехов на мировой арене, а также, повышает патриотическую роль имиджа государства для его граждан, особенно для молодого поколения.

Политический имидж любого государства на международной арене формируется с помощью различного рода проектов и программ, реализуемых государством в таких сферах, как экономика, наука, спорт, медицина, культура и т.д.

Китай является страной, чей имидж на международной арене представляет большой интерес. Быстрые темпы развития Китая приводят к формированию положительного образа страны как за рубежом, так и внутри страны.

Китай утвердился в роли мощного регионального лидера и является одной из крупнейших и сильнейших держав в мире с самой быстроразвивающейся экономикой, растущей промышленностью и технологиями, и по сегодняшний день Китай продолжает утверждаться в роли державы, имеющей реальные шансы на мировое лидерство.

Стоит отметить, что в современном обществе Китай выбивается в лидеры в том числе и по продвижению своей «мягкой силы». Китайское правительство осуществляет свою международную деятельность в отношении других государств мира, следуя принципам, которые были разработаны в 1953 году и официально представлены в 1954 году китайским политическим деятелем Чжоу Эньлаем. Эти принципы получили название «Пять принципов мирного сосуществования», которые действуют до сих пор. Они включают в себя следующее: взаимное уважение суверенитета и территориальной целостности; взаимное ненападение; невмешательство во внутренние дела государства; равенство и взаимная выгода; мирное сосуществование [6].

«Мягкая сила» Китая непосредственно связана с культурной политикой государства. Председатель КНР Си Цзиньпин заявил, что необходимо «стремиться укреплять культурную уверенность в себе и энергично продвигать китайскую культуру в других странах».

Основным принципом, которого придерживается Китай в управлении культурной политикой является мирное сосуществование культур и сохранение культурного разнообразия. Можно сказать, что Китай стремится к общему развитию и выступает против преобладания какой-либо культуры, выступает против «куль-

турной гегемонии», так как в каждой стране культура особенная и по-своему уникальна, и необходимо изучать и уважать культуры всех национальностей. Отсюда правительство страны и начинает создание своего положительного имиджа.

Распространение китайского языка, продвижение «мягкой силы» и совершенствование культуры являются неотъемлемой частью государственной политики Китая, ведь за счет этого повышается культурная привлекательность страны, в следствии чего налаживаются отношения с другими государствами в различных сферах жизни общества.

На ряду с популяризацией китайской культуры за рубежом существует принцип в культурной политике Китая, направленный на внутреннюю аудиторию, на жителей самой страны. Правительство Китая стремится повысить значимость культуры, и имидж страны в целом, в глазах собственных граждан. Это связано с растущим влиянием западной культуры на китайское население, в особенности на молодое поколение.

Правительство Китая предпринимает множество мер для реализации своей культурной политики. Она состоит из многих направлений и включает в себя следующие аспекты: охрана и развитие культурного наследия страны, которые осуществляются через сохранение и защиту культурных и исторических памятников, архитектурных сооружений, музеев и других культурных объектов; распространение китайского языка; развитие культурной индустрии путем привлечения инвестиций в развитие индустрии кино, музыки, литературы, театра, изобразительного искусства и других культурных сфер; содействие культурному обмену с другими странами за счет активного проведения международных культурных мероприятий с целью продемонстрировать свою культуру другим народам мира; продвижение культурной дипломатии и своей «мягкой силы»; содействие развитию культурного туризма как одного из секторов, который может способствовать развитию культуры и экономики. Для последнего направления создаются туристические маршруты, организуются экскурсии и другие мероприятия, связанные с культурными ценностями Китая.

Одним из ключевых аспектов культурной политики и важнейшим фактором формирования имиджа Китая является распространение китайского языка и культуры. В этом помогает не малоизвестная, успешно реализованная и активно развивающаяся программа по формированию Институтов Конфуция.

Институты Конфуция – это распространенные по всему миру культурно-образовательные учреждения. Их роль в культурной политике Китая в целом состоит в распространении китайской культуры и языка, однако эта роль не ограничивается только развитием китайской культуры. Она также нацелена на обмен культурным опытом, на развитие науки, технологий, экономики, а также на налаживание связей между Китаем и другими странами мира. [7]

Начиная с 2004 года, когда был открыт первый Институт Конфуция, их количество неуклонно растет. По состоянию на 2019 год по всему миру было открыто 550 Институтов Конфуция и 1172 школы и классов в более чем 160 странах мира. Наибольшая их концентрация сфокусирована в США: 103 института и 501



класс. Однако, на работе институтов значительно сказалась пандемия коронавирусной инфекции. Поскольку с началом пандемии возникли и ограничения по перемещению, большинство студентов были вынуждены покинуть учебные заведения, что привело к значительному снижению числа студентов. Несмотря на то, что институты перешли на онлайн-обучение, число учеников в целом снизилось. Все же после пандемии Институты Конфуция начали восстанавливаться, но и не отказываются от онлайн-курсов, ведь это позволяет привлечь гораздо большее число студентов. Можно сказать, что Институты Конфуция – важная составляющая китайской культурной дипломатии, ведь за счет именно развития сети Институтов Конфуция по всему миру происходит обмен компонентами культуры, что способствует развитию взаимоотношений и привлечению зарубежной аудитории.

Среди инструментов внешней культурной политики Китая также можно выделить искусство, литературу, телевидение, туризм и т.д. Культурная дипломатия и сотрудничество с другими странами проявляется в проведении огромного количества фестивалей, праздников, культурных и образовательных обменов. К таким аспектам культурной политики можно отнести распространение пекинской оперы и различных видов боевых искусств, которые непосредственно связаны с китайскими традициями и культурой Китая. Так как международная аудитория является отличной сценой для создания международного имиджа и привлечения иностранных туристов в страну, то такие мероприятия как, например, международные выставки или Олимпийские игры в Пекине в 2008 и 2022 годах являются отличным способом привлечения иностранных граждан как к посещению страны, так и к изучению китайской культуры.

За счет повышения международного влияния и распространения китайской культуры, наращивания «мягкой силы» в контексте развития национальной культуры и проведения различного рода мероприятий в области культуры растет интерес к стране у иностранных граждан. Так как Китай в качестве инструмента влияния на мировой арене рассматривает свою культурную значимость и культурную привлекательность и популяризирует свою культуру за счет всех выше перечисленных программ и мероприятий, все больше людей из разных стран интересуются изучением китайского языка и культуры Китая в целом. Китай является страной с огромным количеством культурных памятников, таких как всемирно известная Великая Китайская стена, храм Шаолинь, водопад Хуангоу, Запретный город и множество других привлекательных памятников для иностранных туристов. За счет привлекательной культуры активно развивается туризм в стране. Число туристов, посетивших Китай, с каждым годом неуклонно увеличивалось. В 2010 году Китай посетило 55,6 млн. зарубежных туристов, в 2011 году – 57,6 млн., в 2017 году – 60,7 млн. Однако, с наступлением пандемии и введением ограничений произошел спад. Годы распространения коронавирусной инфекции оказались ударом по развитию туристической индустрии Китая, но по расчетам Китай все же вернется в топ самых посещаемых стран мира, если не станет самой посещаемой страной.

Учитывая все вышесказанное, можно прийти к выводу, что культурная политика Китая является неотъемлемой частью «мягкой силы» страны и инструментом формирования положительного имиджа. Важно отметить, что для Китая необходимым является распространение культуры, включая все ее составляющие: архитектуру, литературу, музыку, изобразительное искусство, кино, спорт и т.д. Китайскому правительству важно, чтобы во всем мире было положительное отношение к китайскому языку и культуре Китая, чтобы их культура основывалась во всем ее комплексе, то есть люди узнавали и интересовались всеми культурными направлениями, начиная от спорта, заканчивая конфуцианством.

При этом важно помнить, что распространение культуры Китая основывается, как аспект «мягкой силы» китайской политики и характеризуется как способ заинтересовать людей и налаживать отношения с другими странами за счет именно привлекательности китайской культуры, а не принуждения.

Правительство Китая, основываясь на «мягкой силе» и «пяти принципах мирного сосуществования», ведет успешную внешнюю политику и создает имидж государства, который положительно воспринимается в других странах. За счет положительного имиджа Китай имеет достаточно хорошие взаимоотношения с другими государствами, а также и выгодные торговые отношения со странами Европейского Союза, Японией, Бразилией и многими другими странами. Положительно к самой культуре Китая и к Китаю в целом относятся во многих странах мира, например, в Японии, Южной Корее, Сингапуре, Малайзии, Иране, Израиле, Турции, России и во многих других. Китайская культура, история и традиции часто привлекают внимание и уважение со стороны людей во всем мире.

В качестве вывода хочется отметить, что формирование положительного имиджа важно для любого современного государства, а Китай со своей идеологией, традициями и богатой культурой, которую он продвигает и развивает, является ярким примером государства с положительным имиджем на мировой арене, и, изучив способы построения этого образа, можно использовать их для формирования имиджа собственной страны.

### Список литературы

1. Атаманская К. И. Эволюция дефиниции имиджа в научных исследованиях // Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-definitsii-imidzha-v-nauchnyh-issledovaniyah/viewer>
2. Наумова С. А. Имиджелогия: Учебное пособие // Томский политехнический университет. 2004. С. 119.
3. Аветисян Э. Г. Международный имидж КНР: факторы формирования и тренды: // Актуальные проблемы современных международных отношений. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-imidzh-knr-factory-formirovaniya-i-trendy>

4. Най Д. Мягкая сила: средства достижения успеха в мировой политике: // New York: Public Affairs. 2004. URL:<https://archive.org/details/softpowermeansto00nyeij/page/n5/mode/1up>

5. Ефанова Е. В. Инструменты «мягкой милы» во внешней политике государства // Вестник Российского Университета Дружбы Народов. Серия: политология. 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-myagkoj-sily-vo-vneshney-politike-gosudarstva>

6. Нечай А. А. Роль «пяти принципов мирного сосуществования» Китая в установлении многополярного государства // Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. 2023. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-pyati-printsipov-mirnogo-sosuschestvovaniya-kitaya-v-ustanovlenii-mnogopolynogo-miroustroystva>

7. Мухаметов Р. С. Культурная дипломатия КНР: институты, инструменты и проблемы // Известия Уральского Федерального университета. Серия 3: общественные науки. 2019. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41597743>

### **Об авторе**

Заводнова Полина Олеговна, студентка, Владивостокский государственный университет (Владивосток, Россия).

E-mail: [appolina987@mail.ru](mailto:appolina987@mail.ru)

### **About the author**

Zavodnova Polina, student, student, Vladivostok State University (Vladivostok, Russia).

E-mail: [appolina987@mail.ru](mailto:appolina987@mail.ru)

*Научный руководитель:* Котляр Надежда Васильевна, доцент, Владивостокский государственный университет (Владивосток, Россия).

*Scientific Supervisor:* Kotlyar Nadezda, PhD, Associated Professor, Vladivostok State University (Vladivostok, Russia).