

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТУРИЗМА В ПРАКТИКЕ СОРАЗВИТИЯ РФ И КНР¹

Чжоу Юй, Абрамова Н.А.

ФГОУ ВПО «Забайкальский государственный
университет», Чита, e-mail: snosonf2009@mail.ru

Китай и Россия – страны с большими туристическими ресурсами, в которых бурно развивается индустрия туризма. Китай занимает второе место по числу туристов, въехавших в Россию, Россия, в свою очередь, занимает третье место. После проведения Национальных годов и Годов национальных языков взаимное проведение Годов туризма является важным тематическим мероприятием. Китайская туристическая индустрия находится на этапе бурного роста. В 2011 г. общее число туристов, выехавших за границу, составляет более 70 млн. Наиболее популярными становятся маршруты: Шелковый путь, Чайный путь, которые пересекают всю Евразию, кольцевой трансграничный маршрут вокруг Китая, России и Северной Кореи.

На территории России в Байкальском регионе проекты Иркутской области предлагают развитие объектов исторического показа в г. Иркутске и проект «Ворота Байкала». Республика Бурятия представляет проекты, которые специализируются на активном и приключенческом туризме, круизных турах по Байкалу, активном отдыхе на территории «Байкальская гавань».

Китайское правительство определило туристическую индустрию стратегической опорной индустрией и разработало меры по ее стимулированию, повышению внешней открытости, усилению «мягкой» и «твердой» среды. Большое значение в стратегии придается роли приграничных провинций и побратимских городов, которые являются непосредственными участниками в процессе соразвития России и Китая. С точки зрения масштабов рынка двустороннего туризма, между нашими странами существуют большой потенциал развития. Представители китайской отрасли обращают внимание, например, на такой аспект как возраст туристов. Среди китайских туристов доля пожилых людей, выезжающих в Россию, занимает более 70%. Они посещают в основном только традиционные достопримечательности. Для развития молодежного туризма предлагаются инновационные формы, такие как автопробег Пекин–Москва, которые будут помогать формировать имидж креативного туризма и способствовать продвижению в Китае значительного числа российских регионов.

Перспективы отрасли связываются с развитием уже имеющихся туристических брендов и формированием новых, так называемых, точек роста. Так, заметным явлением в провинции Хэйлунцзян стала установка камня, символизирующего «самую северную точку Китая». В 2011 г. здесь побывал миллион китайских туристов, которых ежедневно приводили три поезда и два авиарейса. Создание тематического парка русской культуры и истории в г. Маньчжурия – еще один пример привлечения туристов не только из внутренних регионов КНР, но и Тайваня. Еще один пример бурного развития приграничья через туристические социокультурные практики – г. Хунчунь, провинция Цзилинь, расположенный в трансграничном пространстве: Россия, Китай, Южная Корея. Сейчас население Хунчуня составляет примерно 250 тыс. человек. Правительство планирует через 3-4 года увеличение до 800 тыс. человек. Местные

власти продвигают планы по «закольцеванию» безвизового туризма КНР–Ю. Корея–Россия. С этой целью на российской территории в Приморском крае завершают строительство 8-полосного автоперехода Хунчунь–Краскино. Аналогичный переход уже построен в районе Хунчуня. Такие проекты осуществляются благодаря активному освоению различных туристических продуктов, которые предлагает Китай в этом трансграничном регионе.

На территории России в приграничном г. Благовещенске разрабатывается программа «Золотая линия», включающая три уникальных бренда – крупнейшее в России месторождение динозавров, крупнейший в России космодром и строительство тематических парков: парк Юрского периода и парк технических одиссей. Дополнением к этому проекту будет сооружение первой трансграничной воздушной канатной дороги через реку Амур. Амурская область намерена к 2020 году увеличить количество китайских туристов с 20 тысяч до 1 миллиона, доведя долю туризма в региональной экономике с нынешних 0,5% до 8%.

Очень большое значение в развитии социокультурного потенциала туристических ресурсов в процессе соразвития придается использованию Интернета, который способен быстро и с большим охватом распространять и пропагандировать туристические продукты. Сейчас на этом рынке лидирующие позиции занимает сайт Strip, открывший свыше 1000 туристических маршрутов, которые охватывают разные регионы внутри и вне Китая. Здесь был разработан единственный проект «Вокруг мира за 80 дней». Принятая китайским правительством стратегия «пропагандировать китайские услуги, идти по пути интернационализации, создавать национальный бренд», дает свои результаты в практике взаимодействия с Россией, укрепляя процесс соразвития.

«НОВЫЙ РЕГИОНАЛИЗМ»: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ КИТАЯ²

Ярыгина О.А., Кучинская Т.Н.

ФГОУ ВПО «Забайкальский государственный
университет», Чита, e-mail: smiley_roll@mail.ru

Интенсификация процессов регионализации в XX–XXI вв. привела к появлению значительного числа публикаций, посвященных исследованию сущности понятия, механизмов и страновых социокультурных практик реализации «регионализма». Современные представления о функционировании регионов-систем в международных отношениях сводятся к проблеме становления «нового регионализма» (глобального регионализма, открытого регионализма, мягкого регионализма), отличающегося от так называемого «старого» по ряду характеристик: развитие в условиях многополярности; формирование «снизу»; открытость; многомерность; участие негосударственных и субнациональных акторов (Б. Хеттне).

«Новый регионализм» не является противодействующей глобализму тенденцией. Страны не замыкаются в национальном развитии, они используют преимущества регионального сотрудничества в конкурентной борьбе на мировой сцене для своего усиления [2].

Сущность нового открытого китайского регионализма в современном глобализирующемся мире заключается в обеспечении международного и регионального окружения, благоприятного для дальнейшего мирного гармоничного развития и устой-

¹ Исследование выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации, соглашение 14.В37.21.0977.

² Исследование выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации, соглашение 14.В37.21.0977.