

Гуманитарное сотрудничество Беларуси и Китая: на примере сферы туризма

В. Э. Василевская,
аспирант кафедры международных отношений,
Белорусский государственный университет

Привлечение китайских туристов в Беларусь основывается в первую очередь на выявлении потребностей и интересов представителей культуры Китая. В статье представлен анализ культуры Китая в контексте определения различий и сходств с культурой Беларуси. В результате анализа выявлены особенности ценностной системы и ориентаций китайских туристов, которые важно использовать при организации совместных межкультурных проектов не только в области туризма, но и в целом во всех направлениях сотрудничества.

В октябре 2022 г. в Доме народных собраний прошел очередной съезд Коммунистической партии Китая (КПК), на котором был представлен новый подход к всестороннему строительству модернизированного социалистического государства, а также подведены итоги минувшего пятилетия преобразований в рамках стратегии великого возрождения китайской нации. На фоне непрерывно возникающих вызовов в глобальной системе мирового сообщества Китай неустанно продвигал идеи социализма с национальной спецификой, выраженные в формировании и стимулировании реформ по созданию среднезажиточного общества. Главным принципом для Китая остается ориентация на нужды своего народа: «народ превыше всего, жизнь превыше всего». В докладе, представленном на XX Всекитайском съезде КПК, Си Цзиньпин подчеркнул, что данный принцип должен оставаться в приоритете партии, теория которой происходит именно из народа, служит ему и создает благо для него. Все другие теории, не раскрывающие сущность желаний народа, его созидательной деятельности, являются бессмысленными и не имеют жизненной силы.

Раскрывая содержательное наполнение новых горизонтов развития социализма с китайской спецификой, Си Цзиньпин указал на наивысшую важность совершенствования гуманитарной сферы, прежде всего за счет развития образования и науки. Опору в модернизации социалистического государства китайское правительство видит в следовании курсу по подготовке квалифицированных новаторов, обладающих моральными и деловыми качествами, привлечении лучших умов со всего мира в Китай. «Как говорится, подвиги совершаются благодаря способным людям, от них же зависит развитие дела», – отмечается в главе V доклада [1, с. 37]. С этой целью партия призывает проводить более активную и открытую кадровую политику, направленную на ускорение создания условий, обеспечивающих первенство Китая в сфере научных инноваций.

Не менее важным направлением развития гуманитарной сферы Китая является культура. Согласно главе VIII доклада съезда, для всестороннего строительства социалистического государства важно укреплять уверенность в собственной культуре, пробуждать духовную энергию для возрождения китайской нации. Стимулировать процветание сферы культуры предполагается в том числе путем усиления охраны памятников культурного наследия, интенсификации работы по сохранению исторических ценностей, использования всего культурного потенциала для развития туристской сферы.

В целом развитию туризма с помощью культурных ресурсов в докладе съезда уделяется особое внимание, что объясняется растущим потребительским спросом в Китае на туристические услуги. По данным Всемирной организации туризма, до пандемии COVID-19 Китай являлся лидером выездного туризма

в мире. В 2019 г. китайцы потратили за рубежом около 255 млрд долл. США, что существенно превышает расходы граждан других развитых стран. К примеру, средние расходы китайских туристов на зарубежную поездку составляют 1647 долл. США. Аналогичные расходы граждан США, занимающие вторую позицию в рейтинге, составляют 1326 долл. США. С увеличением доходов китайских граждан товары и услуги сферы туризма становятся доступнее. Так, по прогнозам консалтинговой компании McKinsey, к 2025 г. средний класс китайского населения, формирующий спрос на зарубежный туризм, составит 209 млн домохозяйств с доходом выше 160 000 юаней в год (в 2015 г. – 34 млн домохозяйств). Более того, рост среднего класса сопровождается и процессом урбанизации, стремительным увеличением доли городских жителей, что продвигает дополнительный спрос на рекреационные услуги. Наиболее привлекательными направлениями для китайских туристов являются страны Юго-Восточной Азии, США, Австралия. По данным McKinsey, набирают популярность страны Восточной Европы, где преимущество остается за Россией [2].

В Беларусь китайские туристы приезжают не так часто, однако динамика въездного туризма положительна. Если в 2015 г. Беларусь посетило 992 чел., то за 2019 г. (допандемический период) их количество увеличилось до 5121 чел. Это объясняется прежде всего укреплением нормативно-правовой базы, расширением совместных белорусско-китайских проектов, совершенствованием инфраструктуры внутреннего белорусского туризма с ориентацией на китайских гостей.

В статье рассмотрен опыт сотрудничества Беларуси и Китая в сфере туризма, выявлены барьеры, препятствующие развитию сотрудничества, представлен анализ культуры Китая в контексте определения различий и сходств с культурой Беларуси.

«Железные братья» – так называют союз Беларуси и Китая, обращая тем самым внимание на «нержавеющий» фундамент дружеских отношений. Данное выражение активно стало внедряться в политический обиход в 2018 г., когда белорусско-китайские отношения вышли на новый беспрецедентный уровень сближения. На встрече с Президентом Беларуси в сентябре 2018 г. Секретарь Политбюро ЦК КПК Чжао Лэцзи отметил: «Китай и Беларусь – хорошие партнеры, которые всегда оказывают друг другу искреннюю помощь. Это страны – железные братья, железные друзья» [3]. Символичным также стало введение безвизового режима между странами в 2018 г., так сказать «падение железного занавеса». Однако к пониманию важности данного события стороны пришли не сразу. Фактически вплоть до 2015 г. отношения Беларуси и Китая в области туризма пребывали в некой стагнации, отсутствовала инициатива, прежде всего с белорусской стороны.

Еще в январе 1993 г., во время официального визита белорусской делегации во главе с Председателем Верховного Совета С. С. Шушкевичем в КНР, было подписано соглашение о безвизовых групповых туристических поездках, которое до 2005 г. фактически «не работало». В 2005 г. стороны предприняли попытку «оживить» двусторонний туристический поток, подписали соглашение о сотрудничестве в области туризма (вступило в силу только в 2008 г.): «Стороны договорились способствовать установлению контактов и обменов между туристическими организациями, агентствами и туроператорами» [4, с. 46]. В результате в 2009 г. через Посольство Беларуси в Китае было оформлено лишь пять туристических виз для китайских граждан. В целом с момента активизации договорно-правовой базы число китайских туристов, посетивших Беларусь, увеличилось незначительно: если в 2005 г. их количество составило 375 чел., то спустя пять лет – 603 чел. (в 2011 г. динамика отрицательная – 364 чел.). Таким образом, заявленные цели в соглашении не были достигнуты, реальные связи между туристическими представителями отсутствовали (профильные выставки белорусского туризма в Китае на тот момент проводились раз в два-три года). Очевидная проблема усложнялась существенным технологическим отставанием белорусского туризма в отношении Китая – речь идет о несоответствии стандартам China Friendly белорусских гостиниц и отелей, дефиците гидов со знанием китайского языка, неразвитом общепите, ориентированном на китайскую кухню, несовершенстве платежной системы [5, с. 310].

Спустя десять лет, после неудачной попытки оживления въездного туризма, Беларусь существенно продвинулась на пути достижения поставленных в соглашении целей. Один из самых значительных барьеров, а именно отсутствие прямого авиарейса, был ликвидирован. Уже в мае 2015 г. был осуществлен первый авиарейс компании «Air China» Пекин – Минск – Будапешт, поначалу загруженный преимущественно представителями бизнес-страты (из которой 70 % – китайцы). «Пока что туристов, которые бы из Китая приезжали в Беларусь – немного. Это все-таки связано с тем, что в Беларуси туристический рынок не настолько развит и в Китае не очень продвигается», – отметил тогда директор по продажам «Air China» Чжан Вэйган [6]. По итогам 2016 г. удалось зафиксировать положительную динамику, Беларусь посетило 1579 организованных китайских туристов, что в 1,5 раза больше показателя за 2015 г. – 992 чел. В 2018 г. китайская «Air China» признала минский аэропорт лучшим агентом по наземному обслуживанию воздушных судов в Европе. Критериями оценки стали качество (в том числе обработка багажа), своевременность, безопасность, уровень удовлетворения пассажиров.

К 2016 г. Беларусь пересмотрела утратившие актуальность положения первоначального соглашения 1993 г. Теперь для группы организованных туристов региона Макао устанавливался 30-дневный безвизовый режим, а для всех остальных граждан Китая был установлен лимит до трех дней безвизового пребывания. Как следствие, к 2017 г. количество китайских туристов увеличилось вдвое и составило 3151 чел. Более того, в 2018 г. правительствами стран было принято решение о внедрении безвизового режима для граждан государств Беларуси и Китая сроком до 30 дней (но не более 90 дней в году). Таким образом, Беларусь стала третьей страной в Европе и единственной в СНГ по формальному открытию территориальных границ с Китаем. Прирост китайских туристов увеличился на 21 % и в 2019 г. составил 5121 чел.

Кроме данного соглашения, в 2018 г. стороны еще более продвинулись в направлении единого пути сотрудничества в туризме. Так, в ходе официальной встречи премьер-министра Республики Беларусь и премьера Государственного совета КНР в декабре 2017 г. по инициативе белорусской стороны 2018 год был объявлен «Годом туризма Беларуси в Китае». «Китай является главным катализатором мирового туризма, и Беларуси есть что предложить китайским туристам», – заявил тогда премьер-министр Беларуси А. В. Кобяков [7]. В результате переговоров был утвержден план совместных мероприятий (около 50), направленных в первую очередь на анализ туристических потребностей китайских гостей, а также упрощение бюрократических процедур, соответствующую переподготовку кадров, создание совместных проектов. Директор Департамента по туризму Республики Беларусь Андрей Молчан отметил, что «важно изучить требования гостей, чтобы иметь возможность предложить условия на весь широкий спектр запросов» [8]. С этой целью представители белорусского туристического рынка приняли участие в специализированных выставках. К примеру, с 28 апреля по 1 июня 2018 г. белорусская делегация стала участницей Международной китайской выставки «CIFTIS-2018», которую посетили 1,5 тыс. зарубежных компаний и более 24 тыс. чел. В ноябре того же года путем участия белорусских компаний в I Международной Китайской выставке товаров и услуг «China International Import Expo» были установлены контакты с ведущими туроператорами Китая. Обобщая результаты Года туризма, следует отметить существенный рост (на 16,6 %) экспорта туристических услуг, который составил 5,76 млн долл. США [5, с. 313]. Наиболее популярными среди китайских туристов стали Музей Великой Отечественной войны, Большой театр оперы и балета, Белорусский государственный цирк и аквапарк.

В декабре 2021 г. была утверждена Директива Президента Республики Беларусь № 9 «О развитии дву-

сторонних отношений Беларуси и Китая» до 2025 г., в рамках которой органам государственной власти поручено выполнить более полусотни практических мер, способствующих выведению двусторонних отношений Беларуси и Китая на новый, качественный уровень. Так, например, поручено оказывать содействие в организации совместных проектов, направленных на популяризацию белорусской культуры, продвигать оздоровительный туризм, обеспечивать совместную работу по реконструкции не менее 15 усадеб.

Достижение поставленных целей во многом зависит от проработанности некоторых аспектов сотрудничества с Китаем. Важно четко ориентироваться в потребностях китайских туристов, рекреационных интересах. Культура Китая очень специфична, уникальна и самобытна, что ярко отличает китайских граждан в мультикультурном потоке туристов. Больше всего культурный менталитет проявляется в так называемой деловой культуре, отражающей идеалы, нормы и ценности носителей. Необходимо отметить, что результат международного сотрудничества зависит и от степени различия деловых культур: чем сильнее различие, тем острее проявляются межкультурные противоречия. В контексте данной работы с целью совершенствования сотрудничества стран в области туризма проведем кросс-культурный анализ Китая и определим различия и сходства между деловой культурой Китая и деловой культурой Беларуси. Для этого воспользуемся моделью Р. Льюиса и Ф. Тромпенаарса.

Интерес к модели анализа специалиста в области кросс-культурных исследований Р. Льюиса обусловлен уникальным подходом к рассмотрению культурных особенностей не только с позиции различия в ценностной системе, но и с позиции различия мышления представителей культур. Взяв за основу критерий времени, Р. Льюис представляет следующую классификацию деловых культур:

1. *Моноактивные* (linear-active). Представители данной деловой культуры убеждены в необходимости четкого планирования своих действий. Составление ежедневного расписания, организация последовательности действий в соответствии с инструкцией, концентрация на одном занятии – все это присуще моноактивным культурам. А бережное отношение ко времени объясняет так называемую бесцеремонность в сотрудничестве, т. е. к коммуникации принято приступать незамедлительно, конкретизируя внимание на логическом мышлении, опуская эмоциональную составляющую (немцы, американцы, швейцарцы).

2. *Полиактивные* (multi-active). Представители такой культуры прямо противоположны предыдущей, они не стремятся следовать «инструкции действий», скорее наоборот – в их ежедневном расписании преобладает хаос. Последовательность действий определяется степенью поступательности и не поддается

четкой очередности. Впрочем, настрой представителей полиактивной культуры также относительно не консервативен. Они очень подвижны, эмоциональны и общительны, в коммуникации ориентируются в первую очередь на выстраивание межличностного общения (итальянцы, арабы, испанцы, латиноамериканцы).

3. *Реактивные* (reactive). Представителям данной деловой культуры присущи осторожность, спокойствие, вежливость, сдержанность. Основу переговоров составляет в первую очередь уважительное отношение между коммуникаторами, в процессе диалога предпочитают молча слушать собеседника, не перебивая и не возражая ему (японцы, финны, китайцы) [9, с. 18].

В соответствии с ранжированием национальностей по признакам поли/моноактивности представители китайской национальности в большей степени относятся к моноактивной деловой культуре. В то же время представителей белорусской национальности в соответствии с ранжированием Р. Льюиса стоит отнести к полиактивным культурам. Но важно отметить, что расхождение в занимаемых позициях между странами незначительно (таблица 1).

Таблица 1

Соотнесение занимаемых позиций представителей белорусской и китайской национальностей в соответствии со шкалой Р. Льюиса

Позиция в шкале	Критерий	Народы
Моноактивность		
1		немцы, швейцарцы
6		китайцы
13		белорусы
18		латиноамериканцы, арабы
Полиактивность		

Предложив определенные параметры типологизации ранжирования национальностей, подробнее проанализируем белорусско-китайские отношения на степень сходства национальных признаков.

1. Признак – сбор информации:

- культуры, ориентированные на диалог, получают информацию путем выстраивания личной коммуникации, они заведомо воспользуются всеми возможными информационными источниками с помощью конкретных людей (полиактивные культуры);

- культуры, ориентированные на сбор информации, к первостепенным источникам ее получения относят не личностные контакты, а формализованные информационные источники (печатные издания, Интернет, телевидение), т. е. им присущ безличностный характер сбора информации (моноактивные культуры).

2. Признак – отношение ко времени:

- бережное отношение ко времени присуще представителям моноактивных культур, фраза «время – это деньги» непосредственным образом относится к ним. Структура времени в данном случае линейна, т. е. по-

следовательно и систематизирована в определенные отрезки, в связи с чем выполнение нескольких дел одновременно исключено, поскольку каждому из временных отрезков отложена конкретная задача;

- хаотичное отношение ко времени проявляется в деятельности представителей полиактивных культур, которые как раз и стремятся выполнять несколько дел одновременно, без ориентации на временное ограничение. Отсюда проблема пунктуальности, ведь не столь важно назначенное время, сколько сама встреча [9, с. 39].

Таким образом, в соответствии с моделью Р. Льюиса представители белорусской нации нацелены на получение информации посредством личных контактов, отношение ко времени носит хаотичный характер. Тогда как представители китайской нации предпочитают получать информацию из формальных источников, а к использованию времени относятся пунктуально и к делу желают приступить незамедлительно. Однако выводы, полученные при рассмотрении лишь двух признаков типологизации, не характеризуют нации в целом, а скорее упрощают действительность.

Аналогично анализу влияния национальных культурных различий на совместную деятельность Р. Льюиса модель межкультурных отличий разработал нидерландский исследователь Ф. Тромпенаарс. По мнению исследователя, базисом возникновения противоречий в процессе сотрудничества являются три критерия: отношение человека ко времени; отношение человека к природе; отношение человека к другим людям. В соответствии с данными критериями Ф. Тромпенаарс предлагает следующую классификацию культур:

1. *Культуры с разным отношением ко времени* – определяются восприятием человека реальности. К примеру, если отношение ко времени размерно, соответственно поэтапность действий будет спланирована и контролируема. Если же отношение ко времени носит свободный характер, выполнение задач будет зависеть от обстоятельств и иметь гибкий график.

2. *Культуры с разным отношением к природе* – отличаются по степени контроля. В случае, если природа в большей степени контролируема человеком, то тот, в свою очередь, использует ее ресурсы с целью удовлетворения потребностей (на деле это проявляется в ориентации на собственные взгляды и цели, в пренебрежении мнением окружающих). Напротив, когда человек живет в гармонии с природой, не нарушая ее законы, поступательность действий будет непосредственно связана с природными особенностями (на деле это проявляется в постоянном поддержании психологического баланса во время коммуникации, соблюдении норм вежливости и способности идти на компромиссы).

3. *Культуры универсальных и частных истин*: первая основана на правилах, которые в одинаковой мере едины для всех, вторая выдвигает определенные

«правила игры», но соблюдать их необходимо, ориентируясь на конкретные ситуации. Отсюда постоянно возникающее противоречие. Представители культуры универсальных истин полагают, что доверять представителям культуры частных истин нельзя, поскольку те всегда стремятся решать проблемы, опираясь на личные отношения.

4. *Культуры коллективизма и индивидуализма.* Высокий показатель коллективизма в культуре обуславливает пренебрежение личных желаний и целей в пользу общих достижений. При доминировании индивидуализма первостепенны личные интересы. Ф. Тромпенаарс провел социологический анализ с целью дифференциации культур, предложив их представителям ответить на вопрос о том, что является необходимым условием улучшения качества жизни. Варианты ответа были следующие: а) необходима свобода личности (представителя культуры индивидуализма); б) необходимо стремиться улучшать жизнь ближнего (представителя культуры коллективизма). Далее полученные ответы были структурированы в таблицу, определяющую в процентном соотношении выбор первого варианта ответа. Исходя из результатов исследования, граждане Китая относятся к представителям культуры коллективизма (таблица 2).

Таблица 2

Анализ результатов исследования Ф. Тромпенаарса с целью дифференциации культур по индивидуалистскому и коллективистскому признакам

Страна	Египет	Россия	Китай
Процентное соотношение	30 %	60 %	41 %

5. *Культуры низкоконтекстные и высококонтекстные.* В первую очередь такие культуры отличаются по признаку разделения публичной и частной жизни. К примеру, в низкоконтекстных культурах принято соблюдать дистанцию между общественной и личной жизнью, при этом статус и репутация личности также строго разграничиваются. В высококонтекстных культурах, напротив, частная и публичная жизнь не имеют четкого разграничения, более того, дружеские отношения в частной жизни автоматически переносятся и в рабочую область. С целью определения статуса культуры в данном контексте был проведен анализ среди множества стран. Респондентам предлагалось ответить на вопрос о том, согласились ли бы они в нерабочее время помочь начальнику на безвозмездной основе. Варианты ответов были следующие: а) нет, я не обязан это выполнять (представители низкоконтекстной культуры); б) да, я буду вынужден помочь начальнику (представители высококонтекстной культуры). Далее полученные ответы были структурированы в таблицу, определяющую в процентном соотношении выбор первого варианта ответа. Исходя из результатов исследования, представители Китая относятся

к низкоконтекстной культуре, причем с колоссальным отрывом (первая позиция в рейтинге) (таблица 3).

Таблица 3

Анализ результатов исследования Ф. Тромпенаарса с целью дифференциации культур по низкоконтекстному и высококонтекстному признакам

Страна	Китай	Россия	Швеция
Процентное соотношение	32 %	86 %	91 %

6. *Культуры, ориентированные на социальное происхождение и на заслуги.* Основой дифференциации в данном случае является статус человека в социальной системе. В культуре, ориентированной на социальное происхождение, человек будет наделен тем или иным статусом автоматически (к примеру, в отношении родства). В культуре с ориентацией на заслуги статус определяет реальные достижения человека. Для оценки данных показателей в культуре также был проведен анализ. Респондентам предлагалось согласиться с одним из вариантов утверждений: а) принципиальным для меня является возможность действовать в соответствии со своими желаниями (ориентация на заслуги); б) статус семьи определяет возможности человека (ориентация на социальное происхождение). Полученные ответы были структурированы в таблицу, определяющую в процентном соотношении выбор первого варианта ответа. Исходя из результатов исследования, граждане Китая в большей степени относятся к культуре, ориентированной на социальное происхождение (таблица 4).

Таблица 4

Анализ результатов исследования Ф. Тромпенаарса с целью дифференциации культур по определению ориентации на социальное происхождение и заслуги

Страна	Египет	Россия	Китай
Процентное соотношение	4 %	30 %	28 %

7. *Культуры нейтральные и эмоциональные* – различаются по степени выражения эмоций. Представители нейтральной культуры контролируют выражение своих чувств. В некотором роде может показаться, что они достаточно холодны, бесчувственны и вовсе не заинтересованы. А вот представители эмоциональной культуры, напротив, открыто выражают свои чувства, в их диалоге зачастую преобладают невербальные приемы коммуникации. В ходе анализа респондентам был задан вопрос о том, позволяют ли они себе открыто выражать свое недовольство перед начальством. Варианты ответов были следующие: а) да, конечно, я могу это сделать; б) нет, это не представляется возможным для меня. Полученные ответы были структурированы в таблицу, определяющую в процентном соотношении выбор первого варианта ответа. Исходя из результатов исследования, граждане Китая относятся к представителям нейтральной культуры (таблица 5).

Таблица 5

Анализ результатов исследования Ф. Тромпенаарса с целью дифференциации нейтральной эмоциональной характеристики культур

Страна	Кувейт	Россия	Китай
Процентное соотношение	15 %	24 %	55 %

Таким образом, в соответствии с социологическим анализом Ф. Тромпенаарса культура Китая является низкоконтекстной. При сотрудничестве с представителями такой культуры необходимо проявлять уважение к социальному статусу, соблюдать дистанцию. Культура Китая ориентирована на социальное происхождение. Это значит, что при сотрудничестве с представителями китайской нации важно ориентироваться на мнение уважаемого человека, соответственно, степень вашего влияния будет зависеть в большей степени не от знаний, а от вашего статуса. Поскольку представители китайской культуры относятся к нейтральным коммуникаторам, важно с пониманием относиться к ограниченности невербальной составляющей диалога, следует быть готовым к тому, что в коммуникации стоит сосредоточиться на задаче, а не на личности коммуникатора. И наконец, преобладание коллективизма в культуре Китая обуславливает ориентацию на социальный контроль, соблюдение обычаев и исключение индивидуализации действий. Такая культура направлена на альтруизм.

Рассмотрев специфику белорусско-китайского сотрудничества в области туризма, следует отметить наличие немалого количества барьеров, препятствующих раскрытию полного потенциала сотрудничества. Главными факторами, затормаживающими развитие белорусского туризма в отношении китайского рынка, являются технологическое отставание гостиниц и отелей, дефицит гидов со знанием китайского языка, неразвитый общепит, ориентированный на китайскую кухню, несовершенство платежной системы. Данные факторы особенно выражены в регионах Беларуси, богатых культурным достоянием, но «обделенных» проектами его презентации. Значимым в развитии двусторонних отношений Беларуси и Китая по праву стал 2018 год, открывший китайским туристам

новые возможности знакомства с богатой, уникальной белорусской культурой. К 2019 г. Беларусь посетил 5121 китайский турист (самый высокий показатель за всю историю сотрудничества), чему способствовало внедрение безвизового режима, запуск воздушной логистики, совершенствование инфраструктуры. Однако стоит отметить и сравнительные показатели. Например, Латвия (обеспечившая прямой авиарейс с Китаем только в 2018 г.) за аналогичный период приняла 21 тыс. китайских туристов. Не менее весомые показатели относительно Беларуси и у соседней Литвы, которая приняла 16 тыс. туристов.

Список использованных источников

1. Доклад на XX Всекитайском съезде Коммунистической партии Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russian.cgtn.com/event/doc/ruSJlsd23-20221025.pdf>. – Дата доступа: 23.04.2023.
2. Китайский выездной туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/asiapacific/661049-kitayskiy-vyezdnoy-turizm-kakovy-osnovnye-trendy-i-kak-privlekat-turistov-iz-kitaya-v-2023-godu>. – Дата доступа: 23.04.2023.
3. Беларусь и Китай – «железные братья» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/lukashenko-belarus-i-kitay-zheleznye-bratya.html>. – Дата доступа: 23.04.2023.
4. Стрежнева, М. В. Теория европейской интеграции / М. В. Стрежнева // Вестн. Моск. ун-та. – 2009. – № 1. – С. 28–45.
5. Мацель, В. М. Беларусь – Китай: 30 лет по пути дружбы и взаимовыгодного сотрудничества / В. М. Мацель. – Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2021. – 384 с.
6. О первом авиарейсе Пекин – Минск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.msq.by/news/kto_letaet_na_rejse_pekina_minsk/2015-10-05-1871. – Дата доступа: 23.04.2023.
7. Об объявлении «Года туризма Беларуси в Китае» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/godom-turizma-belarusi-v-kitae-budet-objavlen-2018-j-278487-2017/>. – Дата доступа: 23.04.2023.
8. План мероприятий «Года туризма Беларуси в Китае» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/meroprijatija-goda-turizma-kitaja-v-belarusi-natseleny-na-velichenie>. – Дата доступа: 23.04.2023.
9. Пушных, В. А. Межкультурный менеджмент: учеб. пособие / В. А. Пушных, М. С. Еременко. – 2-е изд., перераб. – Томск: Изд-во Том. политехн. ун-та, 2011. – 180 с.

Аннотация

В статье рассматриваются особенности гуманитарного сотрудничества Беларуси и Китая, внимание концентрируется на сфере туризма. Представлена историческая ретроспектива становления двусторонних отношений в данной сфере, состояние и перспективы взаимодействия. На основе кросс-культурного анализа выявлена специфика ценностной системы и ориентаций культуры Китая с целью совершенствования двусторонних отношений путем ориентации на конкретные потребности китайских туристов.

Abstract

This article examines the peculiarities of humanitarian cooperation between Belarus and China, focusing on the tourism sector. The historical retrospective of the formation of bilateral relations in the tourism sector, the state and prospects of cooperation are presented. On the basis of cross-cultural analysis, the specifics of the value system and orientations of Chinese culture are revealed, with the aim of improving bilateral relations by focusing on the specific needs of Chinese tourists.