

О повышении культурно-туристического потенциала народа хэчжэ

*Ван Мэнюань, асп. БГУ,
науч. рук. Олюнина И. В., канд. ист. наук, доц.*

В течение длительной истории переселений на протяжении веков и в процессе контактов с соседними народами хэчжэ не только впитали культуру охоты и кочевничества степей, но и создали уникальную рыболовно-охотничью культуру.

С начала реформ и открытости Китая национальная экономика страны стремительно развивалась, а уровень жизни населения постепенно повышался, что сделало туризм важным способом расслабления и отдыха вне работы, а также ключевой отраслью экономики. С быстрым развитием туризма потребности туристов постоянно расширяются и изменяются, а туристический рынок адаптируется к этим изменениям. В последние годы туристы предпочитают посещать этнографические деревни, покидая комфорт городских коммерческих зон, чтобы ощутить культуру национальных меньшинств. Хэчжэ обладают богатым нематериальным культурным наследием, которое в последние годы привлекает множество туристов из Китая и из-за рубежа благодаря своей уникальной этнической культуре и стало известным туристическим направлением на северо-востоке Китая.

Культура и туристические ресурсы хэчжэ богаты и уникальны, с глубокими историческими корнями. Однако с развитием экономики и влиянием доминирующей культуры традиционная рыболовно-охотничья культура хэчжэ подвергается значительному воздействию. Народная литература, народные ремесла, этническая культура, язык, музыка и искусство исполнения под угрозой исчезновения. В последние годы провинция Хэйлунцзян активно поддерживает традиционную культуру хэчжэ, культуру имакан и туристические продукты культурно-религиозной направленности. Однако глубина разработки этих ресурсов недостаточна, отсутствует уникальный этнический характер хэчжэ, не хватает оригинального контента и глубокой проработки направления развития культурного туризма [1, с. 120].

Субъектами реализации нематериального культурного наследия хэчжэ, как правило, являются сами представители этого народа. В процессе реальной разработки возникает проблема отсутствия рыночных механизмов. Для хэчжэ в процессе защитно-развивающей работы часто отсутствует стандартный рыночный план работы и используется простая, прямая методика. Это часто приводит к разрыву с рынком, из-за чего туризм сложно расширить до больших масштабов и создать брендовый эффект [2, с. 65]. Большинство разработчиков нематериального культурного наследия хэчжэ имеют низкий уровень образования, что связано с медленным экономическим развитием

и низким уровнем образования в регионе хэчжэ. Поэтому при разработке защитного туризма для нематериального культурного наследия они испытывают недостаток профессиональных рекомендаций и подходящей упаковки. И даже если удастся разработать полноценный туристический продукт, его реализация часто приостанавливается из-за нехватки финансирования, что приводит к недостаточной разработке и использованию нематериального культурного наследия хэчжэ, а также к растрате туристических ресурсов.

На основе сохранения традиционной культуры использование экономической ценности национальных ремесел является эффективным методом для охраны и передачи традиций. Развитие культурного туризма у хэчжэ должно идти в ногу со временем, опираясь на местные ресурсы для создания этнически уникальных туристических проектов, продуктов и брендов. Это способствует повышению интереса и вовлеченности туристов, привлекает больше посетителей, увеличивает известность туристических мест и, соответственно, стимулирует развитие культурного туризма хэчжэ.

Создание культурно-туристической системы, включающей кулинарию, жилище, одежду, свадебные обычаи, обряды, праздники, рыболовство и охоту, а также нематериальное наследие, с акцентом на преимущества народной культуры и качественной экологической среды, является важным шагом для создания функциональных продуктов, таких как участие в культурных опытах и экскурсии по природным достопримечательностям, что повысит конкурентоспособность туризма. Опираясь на уникальные особенности традиций хэчжэ, следует ускорить строительство этнических деревень, туристических курортов и музеев для формирования этнических туристических брендов. Основываясь на местных ресурсах, необходимо создавать культурно-промышленные парки и развивать многопрофильные отрасли, придерживаясь пути устойчивого развития [3, с. 57].

Новые медиа уже стали неотъемлемой частью жизни людей, и все больше людей получает развлекательную информацию и туристические сведения через платформы коротких видео, используют эти каналы для сбора информации перед поездкой, что влияет на окончательное решение о путешествии. Продвижение культурного туризма хэчжэ должно активно использовать возможности платформ коротких видео и новых медиа для публикации контента о традиционной культуре, быте, туристических ресурсах, национальной кухне, одежде, музыке, танцах и верованиях. Это поможет людям больше узнать об исторических корнях народа, его обычаях и традиционной культуре, что вызовет интерес, побудит их ближе познакомиться с культурой хэчжэ и посетить туристические объекты, поспособствовав тем самым развитию туризма.

Через внедрение инновационных, эффективных моделей работы и повышение узнаваемости и рыночной доли туристических продуктов, связанных с нематериальным культурным наследием, можно предоставить наследию

хэчжэ больше платформ и возможностей, что создаст новый фундамент для его защиты, сохранения и популяризации. Повышая рыночную долю туристических продуктов через раскрытие и использование глубинного содержания нематериального культурного наследия хэчжэ и инновации, можно способствовать развитию туристической экономики, которая, в свою очередь, поможет поддерживать и передавать это наследие. Такой положительный цикл может обеспечить развитие охранного туризма, направленного на сохранение нематериального культурного наследия хэчжэ.

Глубокое изучение культуры и этнических обычаев не должно ограничиваться созданием коммерчески ориентированных этнографических деревень. Любой туристический продукт имеет ограниченный жизненный цикл, поэтому обновление и создание новых уникальных туристических продуктов возможно за счет улучшения существующих. Такое улучшение может касаться качества, функций, форм и других аспектов, а также включать интерактивные туристические мероприятия. Например, можно организовать обучение посетителей танцам и песням хэчжэ, проведение мастер-классов по изготовлению традиционных изделий или пригласить туристов принять участие в танцевальных выступлениях, что усилит их впечатления и наделит их бесценным опытом. С развитием социально-экономических процессов вглубь в сфере туризма появляются новые тенденции потребления. Туристические потребности постепенно меняются от прежнего «потребления универсальных продуктов» к более углубленным и более специализированным запросам на потребление продуктов [4, с. 165].

Таким образом, в процессе развития туризма у хэчжэ необходимо следовать за изменениями рыночного спроса, постоянно создавать инновационные туристические продукты, обогащать продуктовую линейку достопримечательностей, а также понимать тенденции туристического рынка и учитывать потребности туристов. Например, можно добавить современные медийные формы развлечений в экскурсионные программы, провести кастинг среди туристов для участия в съемках микрофильмов и рекламных роликов на территории достопримечательностей. Это не только повысит их узнаваемость, но и создаст брендовый эффект.

Литература

1. 刘月馨 (Лю Юэсинь). 乡村振兴战略下赫哲族民俗文化旅游经济发展研究 (Исследование экономического развития туризма народной культуры Хэчжэ в рамках стратегии возрождения сельских районов) / 月馨刘 (Юэсинь Лю) // 智慧农业导刊 (Руководство по интеллектуальному сельскому хозяйству). – 2022. – № 2 (11). – 第119–121页 (С. 119–121).
2. 杨耀源 (Ян Яоюань). 文旅融合背景下少数民族非物质文化遗产保护性旅游开发 (Защитный туризм. Развитие нематериального культурного наследия

этнических меньшинств в контексте интеграции культуры и туризма) / 耀源杨 (Яоюань Ян) // 社会科学家 (Социолог). – 2021. – № 4. – 第64–69页 (С. 64–69).

3. 徐艳红 (Сюй Яньхун). 赫哲族文化旅游可持续发展研究 (Исследование устойчивого развития культурного туризма в Хэчжэ) / 艳红徐 (Яньхун Сюй) // 边疆经济与文化 (Экономика и культура приграничья). – 2022. – № 5. – 第55–57页 (С. 55–57).

4. 梁辉 (Лянь Хуэй). 蒙古族文化旅游可持续发展对策研究 (Исследование мер по устойчивому развитию монгольского культурного туризма) / 辉梁 (Хуэй Лянь) // 文化创新比较研究 (Сравнительное исследование культурных инноваций). – 2021. – № 2. – 第163–165页 (С. 163–165).

Конфуцианские традиции в формировании дипломатической службы КНР

*Гиль Д. Д., студ. II к. БГУ,
науч. рук. Чувилов И. А., канд. полит. наук, доц.*

Зарождение обретения дипломатией КНР своего регламентированного правового политического базиса в рамках международных отношений, безусловно, связано с идеологической, идейной составляющей «конфуцианских традиций». В конфуцианстве «сплелись воедино» понятийные структуры единения «государства» и «нации». Популяризация и активная интеграция концептуальных основ конфуцианства связаны с хронологическими рамками функционирования династии Хань. В период нахождения у власти династии Хань возник запрос и целеполагание на реконструкцию и трансформацию социальной структуры общества [1, с. 19].

Идеологическая основа нынешних «пяти принципов» внешнеполитического дискурса КНР также берет начало в системе «конфуцианских традиций». Все истоки нынешних совершенствований и трансформаций актуальной модели поведенческой стратегии КНР на «мировом олимпе» уходят корнями в глубь истории, в сменяющиеся эпохи враждующих царств, в существование своей замкнутой системы межгосударственных отношений. Это пример своеобразного полигона практики наиболее эффективных приемов внешнеполитической деятельности, закладывавшей уникальную школу китайской дипломатии. Посредством данной градации явлений дипломатическая история КНР пришла к приобретению некоторых свойственных себе методологических черт: способности стратегического мышления, фаталистической неотвратимости предопределяющего решения в более благоприятной исторической перспективе вопросов, которые другим акторам международных отношений представляются уже лишенными актуальности и стратегической ценности [2, с. 11].