

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

На правах рукописи

Хан Чжихи

**РЕГИОНАЛЬНЫЙ КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРЬЯ И ЮЖНОЙ КОРЕИ)**

специальность 24.00.01 – Теория и история культуры

диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии

Научный руководитель:
доктор исторических наук
М.Б. Сердюк

Владивосток

2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В СОВРЕМЕННОЙ ЮЖНОЙ КОРее	24
1.1. Туризм в сфере культуры в Корее: история и современность	24
1.1.1. Туризм на разных этапах исторического развития Кореи	24
1.1.2. «Корейская волна» и её влияние на сферу туризма	31
1.2. Роль туризма в политике Южной Кореи	51
1.3. Современные туристические практики в Южной Корее	62
1.3.1. Наиболее эффективные туристические программы	63
1.3.2. Туристические реалии Южной Кореи в оценке россиян	69
1.4. Актуальные задачи развития туризма в Южной Корее и пути их решения	81
ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННЫЙ КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В ПРИМОР- СКОМ КРАЕ	93
2.1. Характеристика ресурсной базы	93
2.1.1. Туристические ресурсы материальной группы	93
2.1.2. Туристические ресурсы нематериальной группы	111
2.2. Значение туризма в региональной политике	118
2.3. Проблемы развития туризма в Приморском крае и пути их решения	133
2.4. Туристический потенциал Владивостока в оценке южнокорейских туристов	147
2.4.1. Материала опроса туристов из Южной Кореи.....	147
2.4.2. Основные проблемы и пути их решения	165
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	176
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	182
ПРИЛОЖЕНИЯ	215

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Улучшение уровня жизни, увеличение времени, отведенного на досуг и отдых, появление комфортабельных средств передвижения и проживания – всё это оказывает значительное влияние на развитие современного туризма практически во всех странах мира. Глобализация мирового пространства существенно расширила рамки обыденной жизни людей, стимулируя их естественный интерес к окружающему миру, создавая потребность в развитии культурных контактов и взаимных поездок граждан различных государств. На этом фоне естественным становится развитие культурного туризма, нацеленного не просто на элементарное путешествие, но на получение высококачественного досуга и отдыха, а также на приобщение к культурным достижениям посещаемых стран и регионов. Туризм становится сферой проявления более высоких культурных запросов путешествующих граждан. Повышение требований культурного характера нуждается в подкрепляющих усилиях принимающей стороны, в противном случае интерес к ней будет угасать.

В настоящее время туризм, нацеленный, прежде всего, на ознакомление с культурными объектами принимающей стороны, является активно развивающимся направлением взаимодействия Республики Корея и российского Приморья. По числу туристов, посещающих Приморский край, Южная Корея занимает второе место среди других зарубежных стран. Начиная с 2014 г. количество южнокорейских путешественников выросло приблизительно в пятнадцать раз, и в 2019 г., их число составило 299.696 чел.¹ Бóльшая часть туристических маршрутов включает посещение приморской столицы – Владивостока, что свидетельствует о его особой популярности для граждан Республики Корея.

Россия давно зарекомендовала себя как притягательная для путешествий страна. Особенно популярны поездки в неё из стран Восточной Азии, для жителей которых российский Дальний Восток – это не только разнообразный и тер-

¹ По данным представительства Национальной организации туризма Кореи в г. Владивостоке (информация предоставлена авт. в 2019 г).

риториально самобытный регион с большим количеством достопримечательностей, но и максимально приближенный к азиатскому дому островок европейского мира. Для корейцев, японцев, китайцев и других восточноазиатских народов российский Дальний Восток – удачное место для ознакомления с российской и европейской культурой.

С точки зрения привлекательности и интереса, Владивосток особо выделяется как приоритетный маршрут культурного туризма из Южной Кореи: это самый близкий к Корее и один из крупнейших городов российского Дальнего Востока, в котором сосредоточены многими достопримечательности историко-культурного и природного характера, способные стать интересным объектом для массового южнокорейского туризма.

Степень научной разработанности темы. Проблематика регионального культурного туризма вызывает интерес специалистов разных областей научного знания: экономистов, культурологов, историков, социологов, специалистов по управленческим вопросам и многих других.

С вопросами культурного туризма связаны работы ряда российских исследователей, таких как С.А. Красная, Л.П. Воронкова, Т.Г. Богатырева, Е.М. Кузьмина, М.В. Соколова и др.² В частности, туризм анализируется как социокультурное явление в трудах О.В. Рахмалевой, А.А. Коржановой, С.Н. Сычаниной, А.А. Карамашевой, А.Х. Абукова, Ю.А. Лившица, Н.А. Балюк, Г.И. Афонина³. Особенно ценным информационным ресурсом для нашей диссертации стали труды известных приморских краеведов Э.В. Ермаковой,

² См., например: Красная, С.А. Культурный туризм: просветительская сущность и факторы развития: дис. ...канд. культурол.: 24.00.01. М., 2006.; Воронкова, Л.П. История туризма и гостеприимства. М., 2004.; Богатырева, Т.Г. Современная культура и общественное развитие. М., 2001.; Кузьмина, Е.М. Туризм как способ взаимодействия культур: дис. ...канд. культурол.: 24.00.01. Тюмень, 2005.; Соколова, М.В. Туризм как культурно-исторический феномен: дис. ...канд. культурол.: 24.00.01. М., 2007.; Соколова, М.В. История туризма. М., 2002.

³ Рахмалева, О.В. Культурный туризм как фактор социально-экономического развития региона: дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05. СПб., 2000.; Коржанова, А.А. Туризм как социокультурный ресурс развития современной России: дис. ...канд. культурол.: 24.00.01. М., 2011.; Сычанина, С.Н. Туризм в социокультурном пространственно-временном континууме: дис. ...канд. филос. наук: 24.00.01. Краснодар, 2004.; Карамышева, А.А. Культурный туризм и его значение в социокультурном развитии регионов в условиях глобализации: дис. ...канд. культурол.: 24.00.01. М., 2004.; Абуков, А.Х. Туризм на новом этапе. Социальные аспекты развития туризма в СССР. М., 1983.; Лившиц, Ю.А. Формирование социокультурной компетентности бакалавров по профилю Историко-культурный туризм: автореф. дис. ...канд. пед. наук: 13.00.08. Самара, 2017.; Балюк, Н.А. Социально-культурный сервис и туризм. Тюмень, 2010.; Афонин, Г.И. Туризм как социально-культурное явление: дис. ...канд. филос. наук: 24.00.01. Казань, 2006.

В.А. Обертаса с соавт., Н.Г. Мизь, Н.П. Матвеева, И. Г. Стрюченко, А.В. Дмитренко и др.⁴, а также теоретические исследования российских коллег, таких как Г.А. Гомилевская и соавт, М.Д. Сущинская, В.А. Печенкина и др.⁵

Обобщающие труды по проблемам культурного туризма достаточно широко представлены в научной литературе Южной Кореи, это статьи и монографии Ли Санчхун, О Хунсун, Ли Чхансик, Чхве Сансу, Рю Чона, Ким Чхорвон⁶ и др. Они послужили основой для концептуализации наших подходов к проблеме диссертации, но не содержат практического материала, связанного с российско-корейским туристическим обменом.

С непосредственной темой исследования в какой-то мере связаны работы ряда корейских авторов, таких как Ким Сантхэ и Ким Сонюн, Рю Кванхун и Чон Кванмин, Пак Сангон и Ким Донхён и др.⁷ В них отражена широкая палитра мнение относительно успехов и проблем культурного туризма, в том числе с привлечением опыта туристического обмена между Республикой Корея и Российской Федерацией, подчеркивается, что современный уровень его развития оказывает стимулирующее воздействие на многие способы межкультурной коммуникации, включая туристическую отрасль. В указанных работах региональный материал используется в качестве иллюстративного, при этом информации по Приморскому краю и Владивостоку очень мало.

В целом, исследований взаимного культурного туризма на примере При-

⁴ Приморский край: крат. энцикл. справ. / Гл. ред. Э.В. Ермакова. Владивосток, 1997.; Обертас В.А., Моор В.К., Ерышева Е.А. Памятники истории и культуры города Владивостока: материалы к своду. Владивосток, 2012.; Мизь Н.Г., Бреславец А.А. Корея – российское Приморье: путь к взаимопониманию. Владивосток, 2009.; Матвеев Н.П. Краткий исторический очерк города Владивостока. Владивосток, 1990.; Мальцева О.П. Наш город Владивосток. Владивосток, 2002.; Владивосток. Путеводитель по городу / ред. И.Г. Стрюченко, А.В. Дмитренко, В.А. Обертас [и др.]. Владивосток, 1993. и др.

⁵ Развитие рекреации и туризма в Приморском крае / И.Ю. Кушнарева, Г.А. Гомилевская, А.Б. Косолапов, С.Ю. Гатаулина. Владивосток, 2013.; Сущинская, М.Д. Культурный туризм. СПб., 2012.; Печенкина, В.А. Краеведение. Приморский край. Владивосток, 2005. и др.

⁶ 이상춘. 관광자원론. 서울, 2015. / Ли Санчхун. Введение в туристические ресурсы. Сеул, 2015.; 오훈성. 문화관광축제 영향. 한국문화관광연구원. 서울, 2016 / О Хунсун. Влияние фестивальных традиций на развитие культурного туризма. Сеул, 2016.; 이창식. 최상수. 지역축제와 문화관광. 서울, 2012 / Ли Чхансик, Чхве Сансу. Местные фестивали и культурный туризм Сеул, 2012.; 류정아, 김철원. 지역문화관광의 효과. 한국문화관광연구원. 서울, 2016 / Рю Чона, Ким Чхорвон. Эффективная роль фестивалей в рамках регионального туризма. Сеул, 2016.

⁷ 김상태, 김성윤. 남북관광성과와 과제. 한국문화관광연구원. 서울, 2017 / Ким Сантхэ, Ким Сонюн. Достижения и перспективы туристического обмена между Южной и Северной Кореей. Сеул, 2017.; 류광훈, 정광민. 휴가 휴일 개선 관광활성화 방안 연구. 한국관광연구원. 서울, 2016 / Рю Кванхун, Чон Кванмин. О проблемах развития рекреационного. Сеул, 2016.; 김상태, 박상곤, 김동현. 관광과 정부의 역할. 한국관광연구원. 서울, 2016 / Ким Сантхэ, Пак Сангон, Ким Донхён. Роль государства в развитии туризма. Сеул, 2016. и др.

морского края и Республики Корея в российских научных разработках практически нет: ни в российской, ни в южнокорейской научной литературе их взаимодействию по развитию культурного туризма должного внимания не уделено, обобщающих монографических исследований не представлено.

Научный анализ российско-корейского сотрудничества в сфере развития культурного туризма на примере Приморского края, безусловно, имеет важное региональное значение. Принципиально выявить культурно значимую для иностранных граждан информацию о туристических объектах, собрать сведения о трудностях и неудобствах, которые туристы по-прежнему испытывают во время поездки, проанализировать их и на этой основе разработать систему мероприятий по дальнейшему развитию культурных туристических объектов и по устранению существующих недостатков. Данные материалы могли бы существенно дополнить информационную базу, необходимую для совершенствования туристического обмена между Россией и Южной Кореей. Полученная в результате нашего исследования информация может оказаться полезной для дальнейшего прогнозирования и развития политики двух государств в сфере туристического, культурного и гуманитарного обмена.

Объект и предмет исследования. *Объектом диссертационного исследования* является туристический обмен между Российской Федерацией и Республикой Корея. В качестве *предмета* выступает его особое направление – культурный туризм, развитие которого анализируется на примере отдельно взятого российского региона – Приморского края – и Республики Корея в целом.

Цель и задачи исследования. *Цель настоящего диссертационного исследования* заключается в анализе современного положения в сфере туристического обмена между Приморским краем Российской Федерации и Республикой Корея, в определении его места в региональных культурных и гуманитарных контактах.

Данная цель определила постановку нескольких *исследовательских задач*: – определить роль туризма в реализации региональной культурной политики;

- охарактеризовать основные объекты и сложившиеся практики в сфере регионального культурного туризма;
- выявить проблемы развития туристического обмена между Приморским краем и Республикой Корея на современном этапе;
- проанализировать влияние туризма на состояние культурного и гуманитарного обмена между Россией и Республикой Корея.

Соответствие паспорту специальности. Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры: 1. Культурология: 1.4. История культурологических воззрений и понятий, представлений о сущности культуры; 1.9. Историческая преемственность в сохранении и трансляции культурных ценностей и смыслов; 1.13. Факторы развития культуры; 1.14. Возникновение и развитие современных феноменов культуры; 1.15. Роль культурного наследия в жизнедеятельности общества; 1.28 – Культурные контакты и взаимодействие культур народов мира; 1.29 – Культурная политика общества, национальные и региональные аспекты культурной политики.

Хронологические рамки исследования. В работе анализируется период 2014 – 2019 гг., связанный с резким увеличением числа туристов из Республики Корея, направляющихся в Приморье и Владивосток. Вместе с тем в разделе «1.1. Туризм в сфере культуры в Корее: история и современность» мы сочли необходимым выйти за заявленные хронологические рамки и привести краткий исторический экскурс в проблему становления историко-культурных туристических объектов современной Кореи. События 2020 г. связаны с возникновением принципиально новых условий для осуществления международных обменов, в том числе туристического, и нуждаются в отдельном анализе.

Территориальные рамки исследования охватывают территорию Приморского края Российской Федерации и Республику Корея. Приморье избрано регионом исследования не случайно: оно занимает первое место среди других административных единиц России на Дальнем Востоке по объёму туристического потока из Южной Кореи. Кроме того, российское Приморье с 60-х гг. XIX

в. становится и в настоящее время остаётся наиболее значимой контактной зоной для развития межкультурной коммуникации народов двух соседних государств. Южная Корея, как малая страна, воспринимается нами в целом как партнёр отдельно взятого российского региона – Приморского края, и это даёт нам основание вести речь о развитии регионального туризма.

Теоретико-методологическая основа диссертационного исследования.

Методологической основой диссертации стал общий подход к *анализу культуры как социально-антропологической системы*, позволяющий отнестись к культуре как объекту комплексного социального познания. Этого требует специфика заявленной научной проблемы, цель исследования и вытекающие из неё задачи. Основные методы исследования можно разбить на три группы: 1) *теоретические методы*, связанные с применением категориального аппарата российской культурологии и его сопоставлением с терминологией южнокорейской науки; 2) *прикладные методы культурологии*, позволяющие анализировать конкретные явления культуры, определённые в качестве объекта и предмета исследования; 3) *синтетические методы*, позволяющие понимать под культурой универсальную систему, сопровождающую развитие человеческого общества.

Системный подход к культуре оказался принципиально важным, поскольку в предмет нашего исследования включены две самостоятельные и самодостаточные культурные системы. Их сопоставление и определение принципов и законов существования, равно как тенденций развития и условий его изменения – всё это требует плюрализма методологических подходов. В культурологии он предопределен двумя факторами: (1) многозначностью объекта культурологических исследований и (2) особенностью современной культурологии как науки междисциплинарной, обращающейся к частно-научным методам других дисциплин – социологии, психологии, филологии, искусствоведения, истории, и т. д. Системный подход дал возможность выявить значение культурного туризма

как части общего гуманитарного обмена между двумя народами, универсальность и специфику туристических объектов и практик России и Южной Кореи.

Теоретические методы составляют набор общенаучных методов и общепризнанную в культурологии методологическую систему, дающую возможность объективно и научно анализировать разнообразные эмпирические данные. При написании диссертации автор руководствовался *принципами историзма и объективности*, которые позволили анализировать историю и современное состояние туристического обмена между Россией и Южной Кореей в последовательном их развитии и во взаимной связи с общим контекстом социально-экономических и общественно-политических процессов, характерных для двух государств на рубеже XX – XXI вв. *Культурологический подход* к заявленной теме позволил осмыслить трансформацию системы культурных и гуманитарных контактов России и Южной Кореи через призму взаимодействия и взаимного обогащения культурных традиций народов двух стран. *Диалектический подход* ориентировал автора на выявление внутренних связей и взаимных противоречий в ходе развития культурных контактов и туристического обмена двух государств. *Аксиологический подход*, в соответствии с которым культура трактуется как совокупность духовных и материальных ценностей, позволил выявить ряд ценностных различий, сложившихся в менталитете россиян и корейцев и влияющих на развитие гуманитарного обмена в целом и туристического обмена, в частности. Использование *метода систематизации* позволило обобщить существующий в научном дискурсе спектр мнений и направлений исследования культурного туризма, выявить основные направления исследований, а также специфику развития культурного туризма в дальневосточном регионе России и в Южной Корее.

Анализ современного состояния в сфере туристического обмена между Россией и Республикой Корея потребовал использования разнообразных частно-научных методов: *сравнительно-исторического* (установление исторической последовательности в развитии культурного туризма), *структурного* (вы-

деление основных направлений политики двух государств в сфере туризма и гуманитарного обмена), *семиотического* (анализ видеоматериалов, кинофильмов, рекламы), *контент-анализа* (работа с официальными документами и материалами, регламентирующими сферу туризма), *статистического анализа* (работа с информационно-статистическими данными и материалами проведенных автором опросов).

Вместе с тем особо важное значение для работы имели *прикладные методы культурологии*, возникающие в предметной сфере, позволяющей решать культурологические проблемы методами смежных гуманитарных дисциплин. Были применены следующие прикладные методы культурологии: полевые исследования, социологическое исследование, моделирование преобразующих культурных практик. Существенную роль в получении и анализе исходных данных имели *полевые исследования автора*, прежде всего, личные наблюдения, интервьюирование и анкетирование российских и корейских туристов, посетивших две страны в период 2017 – 2018 гг. Автор имел возможность сопровождать туристические группы из Южной Кореи в ходе поездок по Приморью и российскую тургруппу в Сеуле. Участие в практической работе позволило провести *социологическое исследование*, связанное с опросом нескольких туристических групп и обобщением его итогов. На основе метода *моделирования преобразующих культурных практик* были выявлены наиболее важные проблемные моменты в сложившихся туристических практиках России и Южной Кореи и намечены возможные варианты их решения.

Особым методологическим направлением диссертации следует назвать *синтетический метод исследования культуры* как социально-антропологической системы, предполагающий существенную роль прикладных направлений исследования, сопровождающих формирование теоретического знания. Суть синтетических методов культурологии состоит в исследовании культуры прошлого с целью познания культур современности, а также сопоставления различных современных культурных комплексов (региональных,

национальных, страновых и т. д.). Синтетическими методами культурных исследований, применёнными в настоящей работе, являются *функциональный анализ культуры, структурный анализ культуры, герменевтика и лингвокультурологический анализ*. Важное значение имели *герменевтика* как метод интерпретации иноязычного текста и *лингвокультурологический анализ*, позволяющий сопоставить трактовку сходных культурологических категорий в иноязычных и инокультурных средах. Их применение позволило выявить несовпадение основной научной категории диссертации – «туризм» – в российской и южнокорейской науке.

Сочетание *теоретических* (ориентированных преимущественно на систематизацию культурологического знания, категорийного и научного аппарата), *прикладных* (ориентированных на анализ конкретной культурной информации и моделирование современной культурной реальности) и *синтетических* (обеспечивающих общее понимание культурного наследия) *методов культурологии* позволило нам объективно проанализировать доступную информацию о культурном туризме в России и Корее, провести сопоставление двух инокультурных систем и, в конечном итоге, прийти к научному осмыслению конкретной культурной информации в контексте современной культурной ситуации в двух наших странах.

Теоретической основой исследования являются фундаментальные разработки российских культурологов А.П. Садохина и А.Я. Флиера, исследовавших функциональную теорию культуры, структуру культурологического знания, теорию динамики культуры, а также методологию исследования культуры как социально-антропологической системы⁸. Большое значение для выработки категорийного аппарата диссертации и методологических подходов имели диссертация С.А. Красной, а также статьи Т.А. Чебанюк, В.В. Харитон и др.⁹

⁸ Садохин, А.П. Культурология: теория и история культуры. М., 2007.; Садохин, А.П. Межкультурная компетенция и компетентность в современной коммуникации // Общественные науки и современность. 2008. № 3.; Флиер, А.Я. Избранные работы по теории культуры. М., 2014; Флиер А.Я. Очерки теории исторической динамики культуры. М., 2015.

⁹ Красная, С.А. Культурный туризм: просветительская сущность и факторы развития: дис. ...канд. культурол.: 24.00.01. М., 2006.; Чебанюк, Т.А. Методологическое основания культурологии как междисциплинарной обла-

Принципиальные представления сформированы на основе широкого спектра отечественных и зарубежных исследований по общим проблемам культурного туризма как части гуманитарного обмена между странами и народами, прежде всего – на трудах Н.Е. Покровского и Т.И. Черняевой¹⁰. Мы опираемся также на теоретические разработки других ведущих специалистов в данной области: Г. Шулерна, А. Бормана, Р. Глюксмана, Дж. Медицина, Н. Лейпера, Р. Макинтоша и С. Голеднера¹¹. Большое значение для определения теоретических подходов к проблематике диссертации имела работа с документами Всемирной туристической организации (UNWTO, UN World Tourism Organization)¹² и Международного совета по сохранению памятников и достопримечательных мест (ICOMOS, International Council on Monuments and Sites)¹³.

Определение понятийного аппарата. Поскольку наше исследование связано с пониманием туризма в разноязычной среде (корейской и русской = европейской), нам следует определиться с его трактовкой в корейском языке. Термин «туризм» здесь имеет достаточно сложную этимологию, восходящую к китайским иероглифам. Корейское слово «квангван / туризм» состоит из двух иероглифов: (1) Первый слог – 觀 (кван) означает «смотреть»¹⁴. Однако, его трактовка гораздо шире, чем обычный просмотр чего-либо, но включает в себя такие понятия, как «глубокие раздумья», «анализ», «понимание» какого-либо объекта, который рассматривается во время путешествия. (2) Второй иероглиф – 光 (гван) означает «свет», но он состоит из двух графических элементов: 火

сти знания // Фундаментальные проблемы культурологии: в 4 т. Т. I: Теория культуры. СПб., 2008.; Харитон, В.В. К вопросу определения понятия «культурный туризм» и его классификации на современном этапе развития туризма // Вестн. Томского госуниверситета. Сер. Культурология и искусствоведение. 2017. № 28.

¹⁰ Покровский, Н.Е., Черняева, Т.И. Туризм: от социальной теории к практике управления. Москва, 2009.; Черняева, Т.И. Туристическое потребление: стандартизация впечатлений // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. XII. 2009, № 3.

¹¹ Schulern, H. Tourism. L., 1911.; Bormann, A. Die Lehre vom Fremdenverkehr: Ein Grundriss. Berlin, 1931.; Glucksmann, R. Allgemeine Fremdenverkehrskunde [General Teaching in Tourism]. Bern, 1973.; Leiper, N. Tourism Management. Canberra, 2004.; Medicin, J. Tourism. L., 1987.; McIntosh, R.W., Goeldner, Ch. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. N.Y., 1984.

¹² UN World Tourism Organization (UNWTO): official website. URL: <http://www2.unwto.org/> (дата обращения: 13.08.2019).

¹³ International Council on Monuments and Sites (ICOMOS): official website. URL: <https://www.icomos.org/en/documentation-center> (дата обращения: 13.08.2019).

¹⁴ 네이버 사전 / NAVER: Geography Dictionary. URL: <http://hanja.naver.com/hanja?q=%E8%A7%80> (дата обращения: 16.11.2019).

(«огонь») и 人 («человек»), что означает «человека, который держит факел», иными словами, это – «освещение», «просвещение» и даже «культура»¹⁵. Таким образом, корейское слово 觀光 («квангван / туризм») несёт расширительную смысловую нагрузку: «смотреть на свет других стран и понимать этот свет».

Европейский термин «туризм» происходит от латинского корня «tour» (латинское слово «tornus / (a turn)» имеет значение «объезд», «цикл»). Таким образом, он означает ознакомительную поездку по другой стране или региону¹⁶.

Для европейской научной мысли характерны разночтения в определении понятия «туризм». Так, Н. Schulern (1911 г.) первым определил понятие «туризм» как «въезд, временное пребывание и выезд иностранного гражданина в другую страну или гражданина одной страны в другой её регион»¹⁷. А. Borgmann (1931 г.) утверждает, что туризмом называется «временный отъезд человека со своего постоянного места пребывания с целью получения опыта, отдыха, осмотра достопримечательностей»¹⁸. R. Glucksmann (1935 г.) определил слово «турист» как «человек, который временно покидает своё постоянное место пребывания и останавливается в другом регионе, а также всё, что имеет отношение к этому человеку и региону»¹⁹. W. Hunziker и K. Krapf (1942 г.) рассматривали «туризм» как «пребывание иностранного гражданина в другой стране без целей остаться там на постоянное жительство или коммерческой деятельности»²⁰. J. Medicin (1987 г.) писал, что «туризм – это один из видов развлечения, при котором человек ради увеселения, отдыха, получения нового опыта или знаний, любования неизвестными ему ранее природными видами, временно покидает постоянное место жительства»²¹. Наконец, N. Leper (2007 г.) рассматривал туризм как «путешествие человека с целью осмотра или оценки достопримеча-

¹⁵ 강익준. 관광학개론. 서울, 2018. С. 38. / Кан Икчжун. Организация туристического бизнеса. Сеул, 2018. С. 38.

¹⁶ Там же. С. 13.

¹⁷ Цит по: 강익준 / Кан Икчжун. Указ. соч. С. 18.

¹⁸ Цит по: 심현보. 관광학 개론. 서울, 2018. С. 16. / Сим Хёнбо. Организация туристического бизнеса. Сеул, 2018. С. 16.

¹⁹ Цит по: 심현보 / Сим Хёнбо. Указ. соч. С. 17.

²⁰ Цит по: 심원섭. 미래관광환경변화전망과 신관광정책방향. 서울, 2012. С. 11. / Сим Вонсоп. Перспективные изменений в туристической конъюнктуре и новые направления туристической политики. Сеул, 2012. С. 11.

²¹ Цит по: 화운수. 문화관광산업의 활성화방안에 관한연구: 석사논문. 청주, 2015. С. 8. / Хва Унсу. Исследование методов активизации культурно-туристической сферы: дис. ...магистра. Чхонджу, 2015. С. 8.

тельностью, установленных порядков, природы или обычаев другого региона, предполагающее дальнейшее возвращение домой»²².

Таким образом, *туризм* – это временная поездка из привычного места обитания в другой регион с целью ознакомления с природой и культурой другого региона, получения определенных знаний о другом месте, отдыха, смены деятельности, участия в каких-либо туристических мероприятиях, т.е. тех потребностей, которые сложно удовлетворить в его привычном месте обитания. В большинстве известных определений туризма делается акцент на перемещение в пространстве, которое занимает определенное время, следовательно, для туризма важными являются временные и пространственные рамки. Это должно быть не просто свободное времяпрепровождение, а именно путешествие в определенное место. Стоит отметить, что осуществление подобных поездок всегда связано с экономическими затратами.

В современном мире, как на Западе, так и на Востоке, туризм, способствующий культурному обмену между разными странами и народами, стал широко доступным явлением. Общеизвестна его роль как одного из значимых элементов социальной и культурной жизни современного человека.

Культура другой страны всегда вызывает интерес у туриста, как правило, именно знакомство с ней и является основной целью туризма. Прямо или косвенно через культуру турист знакомится с общественной жизнью, искусством, особенностями политического и экономического устройства страны, по которой он путешествует. Культура создает основу для взаимопонимания людей двух стран, а культурный обмен становится основной целью туристической поездки.

Итак, культурный обмен представляет собой основу туризма, и, в свою очередь, туристическая деятельность становится весьма важным аспектом гуманитарного обмена в области культуры. Для нашей работы данный вывод имеет принципиальное значение, поскольку именно культурный туризм выступает в качестве предмета исследования. Культурный туризм в современном мире яв-

²² Цит по: 화운수 / Хва Унсу. Указ. соч. С. 9.

ляется наиболее актуальной разновидностью туризма.

Понятие «культурный туризм» трактуется исследователями по-разному. Согласно корейскому словарю туристических терминов (сост. Ан Джонюн), «культурный туризм – это туристическая деятельность человека, направленная на посещение объектов культурного наследия, просмотр произведений традиционного искусства, а также погружение в культурное богатство прошлого какого-либо региона»²³. Схожее определение даётся другими корейскими авторами (Ким Сахён и Хан Бумсу): «культурный туризм – это туристическая деятельность человека, сосредоточенная на хранящихся объектах культурного наследия, произведениях традиционного искусства, а также культурном богатстве прошлого какого-либо региона»²⁴.

Всемирная туристическая организация (далее – ЮНВТО) определяет культурный туризм более широко: как «перемещение человека с целью совершения культурной деятельности, такой как познавательное путешествие, посещение памятников искусства, участие в культурных событиях, посещение памятников старины, изучение природы, фольклора, искусства какого-либо региона, религиозное паломничество и т. п.»²⁵.

Опираясь на представленные выше определения, культурный туризм можно трактовать в узком или расширенном смыслах. В узком смысле культурный туризм – это перемещение человека с целью учебного путешествия, культурного путешествия ради осмотра предметов искусства или театральных представлений, участия в культурных фестивалях и других мероприятиях, посещения памятников старины²⁶. К культурному туризму в широком смысле относятся любые перемещения людей с целью повысить свой личный уровень культуры, удовлетворить потребность в культурном многообразии, получить новые

²³ 안종윤. 관광용어사전. 서울, 1985. С. 82. / Ан Джонюн. Словарь туристических терминов. Сеул, 1985. С. 82.

²⁴ 김사현, 한범수. 관광학 연구방법. 서울, 2011. С. 42. / Ким Сахён, Хан Бомсу. Организация туристического бизнеса. Сеул, 2011. С. 42.

²⁵ Там же. С. 45.

²⁶ Там же.

знания и опыт, общаться с носителями другой культуры²⁷.

Попытка объединить узкую и широкую трактовку термина предпринята R. McIntosh и C. Goledner (1986 г.), определившими «культурный туризм» как «путешествие, предпринимаемое человеком для изучения образа жизни или образа мышления жителей посещаемого региона, его культурного наследия и истории»²⁸. Такую же, объединительную трактовку даёт Международный совет по сохранению памятников и достопримечательных мест (ИКОМОС): культурный туризм – это «любой туризм, при котором турист перемещается в другое место, чтобы изучить современный образ жизни, кухню, топографические особенности, природу, деревенскую или провинциальную жизнь и т. п.»²⁹.

Обращает на себя внимание серьёзное разночтение относительно истории туризма, сложившееся в российской и корейской научной сферах. Для корейской науки (исторической и культурологической) любая поездка по стране или за её пределы – это факт культурного туризма, поэтому исследования по истории туризма как такового начинаются с глубокой древности – с поездок буддийских монахов в Китай или по территории трёх ранних корейских государств. Религиозное паломничество, дипломатические поездки за рубеж или инспекционные по стране – всё это корейскими специалистами оценивается как история становления и развития национальной туристической отрасли. Российским коллегам трудно принять данную трактовку в качестве подлинно научной, поскольку в науке закрепилось мнение о том, что туризм как таковой является следствием эпохи модерна с её индустриализацией, урбанизацией и капитализмом. Надеемся, что материалы диссертации помогут россиянам в понимании иной позиции и дадут возможность учесть её при общении с корейскими коллегами.

Таким образом, мы приходим к выводу, что культурный туризм включает

²⁷ Anthony, J.T. Management the Environmental and Cultural Impact of Tourism Leisure Development // Tourism Management. 1985. Vol. 6, № 4. P. 238.

²⁸ 신 나탈리아. 문화예술관광의발전요건에관한연구: 석사논문. 청주, 2012. С. 6. / Син, Н. Исследование условий для развития культуры, искусства и туризма: дис. ...магистра. Чхонджу, 2012. С. 6.

²⁹ 문화유산관광과 지속가능한발전을 위한 문화재활용정책연구. 서울, 2007. С. 4. / Исследование возможностей использования культурных ценностей для продвижения и последовательного развития культурного туризма. Сеул, 2007. С. 4.

в себя не только посещение памятников культуры и истории, но и различную культурную деятельность. Для решения поставленных в нашем исследовании задач мы будем использоваться следующее, рабочее, определение культурного туризма: культурный туризм – это соприкосновение с образом жизни людей в другой стране или другом регионе, подразумевающее любую деятельность человека, связанную с удовлетворением своих культурных потребностей и повышением культурного уровня, получением новых знаний и опыта, включая путешествие с целью изучения культуры, осмотр предметов искусства, участие в фестивалях и других культурных мероприятиях, посещение памятников старины, знакомство с природой, изучение фольклора и искусства.

Ещё один терминологический аспект связан с использованием определений «туристский» и «туристический», для автора диссертации было сложно разобраться в нюансах их лексического применения. Мы будем ориентироваться на онлайн-словарь трудностей русского языка: «туристский» – относящийся к туризму и туристу (туристские ботинки, туристская палатка и т. п.), а «туристический» – относящийся к отрасли туризма (туристическая фирма, туристический объект и т. п.)³⁰. При этом мы не стали менять термины, упомянутые в официальных документах или в названиях ряда мероприятий.

Второй категорией нашего исследования является «региональный туризм», под которым мы будем понимать региональную систему туристической отрасли, сформированную из ряда элементов: местных рекреационных ресурсов, туристической инфраструктуры, экологической и личной безопасности и др. – взаимосвязанных между собой и обеспечивающих удовлетворение туристских потребностей в границах определенной территории. Такое определение сущности регионального туризма является развитием и конкретизацией более общей формулировки, представленной в разработках И.В. Зорина с соавт., понимающих под региональным туризмом «...туристскую деятельность, характерную для конкретного региона, совокупности стран или территорий с одно-

³⁰ См.: Туристский и туристический // Словарь трудностей русского языка [Электр. ресурс]. Доступно: http://new.gramota.ru/spravka/trudnosti?layout=item&id=36_193 (Дата обращения: 20.11.2020 г.).

типными условиями для развития туризма и схожим уровнем туристской освоенности»³¹.

Источниковая база исследования. Для решения поставленных исследовательских задач были использованы различные источники, включая нормативно-правовую базу для развития туризма (официальные документы Республики Корея и Российской Федерации), региональные регламентирующие документы Приморского края, уставные документы учреждений культуры, официальные статистические данные, материалы туристических агентств и других компаний, связанных с обслуживанием туристов в России и Южной Корее, обширная информация туристических сайтов и периодической печати.

Эмпирическая база исследования дополнена результатами собственных полевых исследований: анкетирование российских и южнокорейских туристов (Приложения А – Д) и обработка актуальной статистической информации, предоставленной автору. Подсчёты выполнены авт. по информации, предоставленной представительством Национальной организацией туризма Кореи во Владивостоке.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в принципиально новой для российской науки попытке проанализировать многообразие подходов к проблемам культурного туризма, включая региональные (для Приморского края) и страновые (для Южной Кореи) аспекты. Вскрыто несоответствие трактовки категории «туризм» между российской и южнокорейской культурологией, в корейской историографии история туризма начинается с образовательных и ознакомительных поездок буддийских монахов по стране и в Китай.

Новизна исследования определяется введением в российский научный оборот значительного объёма недоступных (в силу языковых причин) материалов, имеющих южнокорейское происхождение. Проведен анализ широкого круга корейскоязычной литературы и источников, позволяющий проследить содер-

³¹ Зорин, И.В., Квартальный, В.А. и др. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы. М., 2002. С. 32-33.

жание политики Республики Корея в сфере культурного туризма и гуманитарного обмена с Российской Федерацией. Новизна работы заключается в оценке современного состояния туристической отрасли российского Приморья с точки зрения южнокорейских туристов и специалистов, а также в постановке ряда проблемных моментов и вариантов их решения.

Элементы новизны содержатся также в определении роли и значимости культурного туризма для политики региональных властей, обеспечивающей взаимодействие Южной Кореи и Приморского края Российской Федерации. Впервые чётко выявлен перечень наиболее востребованных и популярных культурных продуктов и туристических объектов Приморья с точки зрения южнокорейских потребителей данной отрасли, даны рекомендации по их продвижению и названы условия для дальнейшего развития туристического обмена двух государств.

Одним из аспектов новизны диссертации является то обстоятельство, что в российской научной литературе ещё не получил должного освещения и анализа не так давно возникший феномен массовой популярности туристических поездок во Владивосток и Приморский край молодёжного контингента южнокорейских туристов. В диссертации предпринята попытка объяснить его причины и формулируются условия закрепления данного тренда в интересах качественного улучшения взаимной осведомлённости наших народов в истории и культуре соседей по Северо-Восточной Азии.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в возможности сравнить содержание политики и практической деятельности двух государств по развитию культурного туризма. В диссертации выявлено первостепенная значение национальной и региональной культуры для развития современной отрасли путешествий, дана оценка современной ситуации и перспектив развития культурного туризма, определены наиболее перспективные объекты и программы в Южной Корее и Приморском крае.

Материалы диссертации могут быть использованы органами государ-

ственной и региональной власти двух стран, ответственными за формирование и реализацию культурной политики, а также связанными с развитием туризма, культурного и гуманитарного обмена между Россией и Республикой Корея. Они могут быть полезными для практических организаций из сферы туризма и культурного обмена, в частности специализированным компаниям для разработки программ, маршрутов и мероприятий.

Материалы диссертации могут быть использованы при разработке учебных курсов и составлении учебных пособий для студентов вузов.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы диссертационного исследования были представлены в виде докладов на региональных, общероссийских и международных научных конференциях, проходивших во Владивостоке, Москве, Хабаровске, Екатеринбурге в 2015 – 2019 гг., а также в десяти публикациях, в том числе пять – в журналах, входящих в Перечень ВАК.

Структура диссертации. В соответствии с поставленными задачами диссертация композиционно разбивается на введение, две главы с выделением нескольких подразделов в каждой, заключение. Она включает также библиографический список использованных источников и литературы и ряд приложений с результатами анкетирования.

Введение даёт обоснование избранной темы, определяет её актуальность и новизну проблематики, теоретическую основу и методологию. В нём выдвигаются цель и задачи исследования, раскрывается степень изученности проблемы, определяются положения, выносимые на защиту.

В Главе 1 «Культурный туризм в современной Южной Корее» рассмотрены роль туризма в государственной политике, современные туристические практики и перспективы их развития в Республике Корея.

Глава 2 «Современный культурный туризм в Приморском крае» посвящена характеристике ресурсной базы, основных объектов и современных туристических практик в Приморском крае Российской Федерации. В ней опреде-

ляются основные проблемы культурного туризма в Приморье и пути их решения.

Заключение подводит итог исследованию, даёт представление об основной научной информации и вкладе автора в изучение поставленной проблемы.

Библиографический список источников и литературы включает описание источников и литературы, использованной при написании работы.

Приложения дают возможность ознакомиться с содержанием и результатами проведенного автором анкетирования среди российских и южнокорейских туристов.

Основные положения, выносимые на защиту:

- 1) Культурный фактор остаётся *основой* туристической деятельности в современном мире. Направления и содержание туризма определяются культурной политикой государства, нацеленного на расширение влияния национальной культуры на международной арене. Национальная культура определяет содержание культурного туризма, позволяющего преодолеть коммуникативные барьеры и стимулирующего гуманитарный обмен между странами и народами.
- 2) Развитие культурного туризма стало интегрированной частью государственной и региональной политики Республики Корея и Российской Федерации. Туризм остаётся важным объектом культурного потребления и производства, что означает сохранение его политической и экономической ролей.
- 3) Туризм имеет особое значение для сохранения национального культурного наследия. Это отчетливо проявляется в Южной Корее, где наиболее значимые историко-культурные объекты и даже культурные мероприятия имеют национальный туристический статус, закрепленный юридически.
- 4) Южная Корея обладает достаточной, а Приморский край – уникальной ресурсной базой для развития взаимного туристического обмена. Корей-

ская сторона предлагает туристам бóльший перечень услуг и обеспечивает более высокий комфорт, а российская – реализует свои преимущества с точки зрения разнообразия впечатлений и особой связи ряда туристических объектов с национальной историей и культурой Кореи.

- 5) Для дальнейшего развития культурного и туристического обмена следует активно использовать местные мероприятия (традиционные и фольклорные фестивали, гастроли ведущих театральных трупп и т. п.) со взаимным привлечением туристов. Очевидно, что современный уровень развития туристического обмена требует активной информационной поддержки, основанной на тесных контактах корейских и приморских профильных компаний.
- 6) С точки зрения перспектив культурного туризма в российском Приморье следует отметить, что (1) в общем потоке культурный туризм пока не занял доминирующих позиций; (2) операторам желательно переходить к реализации современной продукции, например – интерактивных программ, пользующихся особым спросом у молодежного сегмента южнокорейских путешественников; (3) требуется насытить туристический рынок живой рекламой русской культуры (сувенирами регионального происхождения, фестивалями национальной русской и дальневосточной кухни, фольклорными мероприятиями и т. п.); (4) в качестве основного объекта культурного туризма следует определить целевую аудиторию – южнокорейскую молодежь, как наиболее мобильную и открытую для культурного взаимодействия, а с этой целью стимулировать создание российско-корейских молодежных сообществ в сфере культуры и туризма; (5) Приморский край нуждается в существенном улучшении туристической инфраструктуры (развитие транспортной системы, повышение квалификации гидов, улучшение качества предоставляемых туристам услуг).
- 7) С точки зрения перспектив развития культурного туризма в Южной Ко-

рее следует отметить, что (1) культурный туризм пока ещё не оказывает существенного влияния в стране, над ним довлеют медицинский и рекреационный; (2) мероприятия в рамках культурного туризма нуждаются в существенной информационной поддержке; (3) уровень погружения зарубежных путешественников в национальную культуру Кореи оставляет желать лучшего; (4) даже в Сеуле ограниченным остаётся перечень востребованных российскими туристами объектов, а за пределы столицы они выезжают чрезвычайно редко.

ГЛАВА 1. КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В СОВРЕМЕННОЙ ЮЖНОЙ КОРЕЕ

1.1. Туризм в сфере культуры в Корее: история и современность

1.1.1. Туризм на разных этапах исторического развития Кореи

Современная туристическая отрасль Южной Кореи имеет достаточно длительную историю становления и развития. Её наиболее ранний этап можно отнести ко времени государства Силла, одного из трех раннефеодальных государств Корейского полуострова, существовавшего в период с 57 г. до н. э. до 935 г. н. э. Тогда получили распространение образовательные поездки аристократической молодёжи, или *хваранов* (т. е. юношей 14 – 15 лет, специально отобранных с целью их обучения и воспитания в духе преданности государству³²), а также инспекционные выезды руководящих государственных чиновников в периферийные регионы.

Ещё одним источником раннего туризма в Корее стало религиозное паломничество в святые места. Буддийское паломничество приняло очевидную религиозную форму и проявлялось в форме поездок прихожан на различные религиозные праздники и церемонии, что привело к созданию вблизи основных буддийских центров особых поселений, нацеленных на обслуживание бытовых и прочих потребностей путешественников. Такое развитие буддийского паломничества в Корее дает некоторым современным авторам сопоставлять корейский религиозный туризм с паломническими турами европейцев в Иерусалим и Палестину³³.

На позднем этапе существования Силла и особенно в эпоху королевства Корё (936 – 1391 гг.) появляется третье направление массовых поездок внутри страны: поездки в столицу из периферийных районов для сдачи государственного экзамена на получение чиновного ранга. Оно было достаточно регуляр-

³² Подробнее о хваранах см.: Толстокулаков, И.А. История общественно-политической мысли Кореи. Владивосток, 2007. С. 17-20.

³³ См., например: 임순록. 한·일 종교관광의 전개와 최근 동향. 서울, 2012. / Лим Суннок. Развитие религиозного паломничества между Кореей и Японией. Сеул, 2012.

ным, упорядоченным и охватывало огромную армию конфуцианских чиновников, претендовавших на получение государственной должности. Все три выше-названных направления можно отнести к разряду внутреннего туризма. Это были поездки представителей отдельных общественных групп, предпринятые с определенными образовательными, религиозными или общественно-политическими целями.

В эпоху Силла и Корё активно развивался и ранний выездной туризм, когда многие корейцы: чиновники, дипломаты и торговцы выезжали с регулярными ежегодными посольствами в Китайскую империю, чего требовал режим вассальных отношений Китая и Корея, установленный с 325 г. В летописных сочинениях «Самгук саги / Исторические записки трёх государств» и «Корёса / История Корё» имеются сведения об образовательных и религиозных поездках корейцев в Китай и даже в Индию. Однако, по понятным причинам все они были исключительными индивидуальными путешествиями и не могли определить суть раннего туризма в Корее.

В эпоху королевства Чосон (1392 – 1897 гг.) на фоне наивысшего расцвета конфуцианской системы в Корее долгосрочные образовательные поездки в Китай и Японию получили широкое распространение. Помимо государственных чиновников и их сыновей возможность выезжать в Китай получили коммерсанты, обслуживавшие внешнюю торговлю, а также профессиональные дипломаты и переводчики³⁴. Основным средством передвижения для такой дальней поездки оставались лошади и паланкин, пользоваться которыми могли лишь избранные слои общества³⁵, поэтому выездной туризм оставался уделом чиновного сословия или весьма богатых людей.

Корейские авторы отмечают, что выездной туризм и его постепенное расширение в XVII – XVIII вв. оказали существенное влияние на становление в

³⁴ 관광 반 세기 대한민국의 가치를 상승. 서울, 2012. С. 21-26. / Полвека туристической отрасли: улучшение имиджа Республики Корея. Сеул, 2012. С. 21-26.

³⁵ Там же. С. 22–23.

Корее реформаторской идеологии «*сирхак* / движение за реальные науки»³⁶, его представители в большинстве своём путешествовали в Китай, имели доступ к китайской и переводной с европейских языков научно-технической литературе, что отразилось на их кругозоре. Представители *сирхак* внесли определяющий вклад в распространении на родине «реальных», т. е. не связанных с конфуцианской философией, знаний по отраслям науки, получившим развитие в европейском мире. Иными словами, поездки в Китай (очевидное проявление выездного туризма) позволили передовым мыслителям Кореи изучить культуру и опыт не только соседней империи, но и ряд достижений западной цивилизации, а затем направить приобретенные знания на улучшение жизни собственного народа³⁷. В контексте нашего исследования именно в этом и заключается одна из главных целей культурного туризма за рубежом. В королевстве Чосон продолжается развитие религиозного туризма, как внутреннего, так и выездного: буддийское монашество получило возможность выезжать в Китай в качестве паломников по китайским буддийским святыням и на обучение в буддийских монастырях³⁸.

Государство Чосон, находилось в дружеских отношениях с Китайской империей, а также пытаясь умиротворить соседей – японцев, часто принимало торговые и дипломатические делегации из обеих стран. Приезжие большей частью были личными посланниками государей Китая или Японии, людьми влиятельными и богатыми, поэтому корейские власти стремились обеспечить им наилучшие условия пребывания, включая разнообразную культурную и развлекательную программу. Визиты сопровождалась государственными почестями, масштабными церемониями, праздниками, пирами, охотой и спортивными состязаниями. Летописи сохранили описания показательных шоу со стрельбой из

³⁶ Движение за реальные науки (кор. – *сирхак* / 실학) – философское течение позднефеодальной Кореи в период с конца XVI до окончания XIX в. Доказывало необходимость и полезность социально-экономических реформ для Кореи, в том числе на основе европейского опыта, научных и технологических достижений западной цивилизации (т. н. «истинных или реальных знаний»). Подробнее см.: Толстокулаков, И.А. Указ. соч. С. 32-66.

³⁷ 실학의 발달 // 국사편찬위원회 // Развитие философской школы сирхак // Корейский НИИ национальной истории: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://contents.history.go.kr/mobile/ta/view.do?levelId=ta_e52_0030_0010_0050 (дата обращения: 16.11.2019).

³⁸ 임순록 / Лим Суннок. Указ. соч. С. 97.

лука, выступлениями придворных танцоров, музыкантов и театральных трупп. В них отмечены катание на лодках по реке Хан, на которой располагается столица Сеул, развлекательные путешествия в Алмазные горы для любования красивейшими пейзажами, особенно – знаменитым во всей Восточной Азии водопадом Курён и т. д.³⁹ Иными словами, в указанное время уже закладывались основы будущих познавательных и рекреационных программ, имевших очевидную связь с культурным туризмом. Вновь отметим, что все эти прелести были доступны исключительно привилегированным слоям корейского общества и зарубежным гостям. Более того, строго регламентированная конфуцианская система была направлена на закрепление крестьянского населения в конкретной местности, покидать которую запрещалось под страхом сурового наказания. Перемещение простолюдинов – основной части населения, категорически возбранялось, как внутри станы, так и за её пределы.

В конце XVIII в. на Корейском полуострове началась миссионерская деятельность католиков⁴⁰, а с начала XIX в. – представителей протестантской церкви⁴¹. Постепенно христианство стало одной из основных религий современной Кореи. Большинство иностранных миссионеров и члены их семей похоронены на сеульском кладбище «Янхваджин», которое сегодня стало важным историко-культурным объектом, связанным с историей корейского христианства⁴². В наши дни оно является не только интересным объектом культурного туризма, но и местом религиозного паломничества и корейцев, и иностранцев.

После японской колонизации Кореи в 1910 г. большинство иностранцев, живших и работавших в Кореи в начале XX в. вынужденно покинули страну, с этого времени подавляющее число иноземцев, посещавших полуостров состав-

³⁹ 관광 반 세기 대한민국의 가치를 상승. 서울, 2012. С. 32. / Полвека туристической отрасли: улучшение имиджа Республики Корея. Сеул, 2012. С. 32.

⁴⁰ 한국 천주교 // 한국민족문화대백과사전 / 한국중앙연구소 / Католическая церковь в Кореи // Большой толковый словарь корейского этноса и культуры / Центр науч. ресурсов Кореи. URL: <http://encykorea.aks.ac.kr/Search/List> (дата обращения: 23.12.2019).

⁴¹ 한국기독교 역사 // 한국민족문화대백과사전 / 한국학중앙연구소 / История корейского христианства // Большой толковый словарь корейского этноса и культуры / Центр науч. ресурсов Кореи. URL: <http://encykorea.aks.ac.kr/Contents/Item/E0076228> (дата обращения: 22.11.2019).

⁴² 양화진외국선교사묘원 / Кладбище иностранных миссионеров «Янхваджин»: официальный сайт. URL: http://m.yanghwajin.net/mhtml/m3/m3_01.php (дата обращения: 23.11.2019).

ляли японцы. Власти Японии империи искусственными мерами поддерживали туризм в колониальную Корею, ими он воспринимался как внутренний туризм, поскольку официально Корея вступила в состав Японской империи⁴³. Колониальное правительство активно развивало морской транспорт, построило в крупных корейских городах аэропорты, и именно тогда возможности авиации впервые были использованы в туристических целях⁴⁴. По причине насильственного насаждения японского языка и фактического запрета на использование родного корейского языка японские путешественники имели возможность комфортного пребывания в Корее, не опасаясь языковых проблем⁴⁵. В королевском дворце Чхангёнгун (г. Сеул) были открыты первые зоопарк и ботанический сад, при этом сам дворец значительно пострадал. Японцы вообще не церемонились с историческим и культурным наследием колонии, там, где оно могло помешать комфортному пребыванию имперских туристов, с достопримечательностями обходились варварски. Это и понятно: путешествовавшие по колониальной Корее японцы приезжали сюда не для того, чтобы приобщиться к национальным корейским ценностям, а чтобы посмотреть на вновь созданные японцами туристические удобства и комфортно в них провести время⁴⁶. Такое отношение к культурным сокровищам и достижениям страны пребывания трудно оценить как подлинный культурный туризм.

В годы Второй мировой войны, когда Япония начала военные действия на Азиатском материке и на Тихом океане ситуация, сложившаяся в империи в целом и на Корейском полуострове в частности, не способствовала поддержанию туристической деятельности как таковой⁴⁷.

Во время японского колониального правления Корея столкнулась с актив-

⁴³ 정치영. 여행안내서로 본 식민지 조선의 관광공간 // 대한지리학회지. 제53권 제5호. 서울, 2018. С. 732. / Чон Чиён. Туристические места колониального Чосона, указанные в путеводителях // Науч. вестн. Корейского географич. об-ва (Сеул). – 2018. – Т. 53, № 5. С. 732.

⁴⁴ 반세기 관광 반세기 대한민국의 가치를 상승. 서울, 2012. С. 29. / Полвека туристической отрасли: улучшение имиджа Республики Корея. Сеул, 2012. С. 29.

⁴⁵ 정치영 / Чон Чиён. Указ. соч. С. 733.

⁴⁶ Там же. С. 731.

⁴⁷ 반세기 관광 반세기 대한민국의 가치를 상승. 서울, 2012. С. 29. / Полвека туристической отрасли: улучшение имиджа Республики Корея. Сеул, 2012. С. 30.

ной экспансией японской культуры. На её внутренний рынок пришли современные средства массовой информации, впервые было запущено радиовещание, популяризировались японская, классическая и современная европейская музыка. После освобождения страны с середины 1940-х гг. корейская культура попала под влияние западной, прежде всего, американской культуры, которая стала стремительно внедряться в общественное сознание корейцев. С развитием эры телевидения поп-музыка, рок-н-ролл, джаз, блюз и прочие элементы массовой западной культуры, транслируемые на весь мир как основное достижение XX в., нашли отклик у корейской молодежи, ставшей основным потребителем на рынке культуры⁴⁸. Она быстро погрузилась в недра американской культуры и образа жизни, подражая песенным и танцевальным кумирам сверстников из США – Элвису Пресли, Майклу Джексону и многим др. Американская музыка вытеснила значительную часть национальной корейской музыки, немалую роль в этом сыграли электронные медиа, прежде всего, корейское телевидение, транслировавшее по большей части программы американских каналов.

В 1950-х гг. с достижениями зарубежной культуры можно было знакомиться исключительно через средства массовой информации, поскольку корейским гражданам паспорта для зарубежных туристических поездок не выдавались. Существенной причиной неразвитости выездного туризма в Южной Корее оставалась сложная социально-экономическая ситуация, рядовое население попросту не могло позволить себе заграничное путешествие в силу его дороговизны⁴⁹. В то же время, нацеленное на решение экономических проблем правительство Республики Корея, разработало программу привлечения иностранных туристов, с этой целью 1961 г. был объявлен годом посещения Южной Кореи иностранцами, была упрощена процедура выдачи туристических виз, решались

⁴⁸ 대중소비문화의 형성 // 국사편찬위원회 / Возникновение массовой потребительской культуры // Корейский НИИ национальной истории: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://contents.history.go.kr/mobile/km/view.do?levelId=km_020_0060_0030_0010 (дата обращения: 26.04.2019).

⁴⁹ 행정안전사 // 국가기록원 / История становления административного права в сфере национальной безопасности // Национальный архив Республики Корея: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.archives.go.kr/next/search/listSubjectDescription.do?id=005683&pageFlag=A&sitePage=1-2-1> (дата обращения: 07.11.2019).

некоторые другие проблемные моменты, сдерживавшие развитие въездного туризма⁵⁰.

Вехой в развитии въездного и внутреннего туризма стало принятие в апреле 1975 г. закона «О поддержке строительства туристических комплексов», власти стимулировали интерес деловых кругов к строительству и эксплуатации торговых и развлекательных центров, парков, аттракционов и стадионов. С этого времени в Южной Корее при активной поддержке государства начинается создание современной туристической инфраструктуры: гостиничных и развлекательных туристических комплексов, предназначенных для отдыха, развлечения и проживания иностранцев и небольшого количества внутренних туристов, людей состоятельных, способных позволить себе траты на уровне зарубежных гостей⁵¹.

Важнейшим событием, способствовавшим подъему туристической отрасли Южной Кореи, следует считать XXIV летние Олимпийские игры 1988 г., успешно проведенные в Сеуле. В страну приехало более 2 млн. зарубежных гостей, в большинстве своём зрителей Олимпиады и туристов⁵². Во время Игр проводились не только спортивные соревнования, но было организовано более 40 масштабных культурных и художественных мероприятий. Большая их часть либо полностью, либо частично основывалась на элементах национальной культурной традиции⁵³. Период во время и после Сеульской Олимпиады следует считать подлинным становлением массового культурного туризма на территории Республики Корея.

Олимпийские игры 1988 г. обернулись для Южной Кореи серьёзными социально-экономическими и общественно-политическими преобразованиями,

⁵⁰ 행정안전사 // 국가기록원 / История становления административного права в сфере национальной безопасности // Национальный архив Республики Корея: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://http://www.archives.go.kr/next/search/listSubjectDescription.do?id=005683&pageFlag=A&sitePage=1-2-1> (дата обращения: 07.11.2019).

⁵¹ 반세기 관광 반세기 대한민국의 가치를 상승. 서울, 2012. С. 29. / Полвека туристической отрасли: улучшение имиджа Республики Корея. Сеул, 2012. С. 58–88

⁵² 조배행. 88서울 올림픽의 관광에 대한 연구. 서울, 1999. С. 24. / Чо Бэхен. Влияние Олимпийских игр 1988 г. на отечественный туризм. Сеул, 1999. С. 24.

⁵³ Там же. С. 86.

страна была окончательно и бесповоротно открыта влиянию процессов глобализации и демократизации, что привело к либерализации многих сторон из жизни корейского общества. В частности, в 1989 г. были полностью сняты любые ограничения на зарубежные поездки, включая организованный и индивидуальный выездной туризм⁵⁴. Со временем, по мере роста финансовых возможностей граждан выездной туризм превратился в социальный феномен, охватывающий население всех категорий, включая средний класс, простых людей и даже молодежь с ограниченными материальными возможностями.

1.1.2. «Корейская волна» и её влияние на сферу туризма

На рубеже XX – XXI вв. экономика Республики Корея претерпевает существенную трансформацию, меняется её роль в мировом хозяйстве, постепенно формируются новые отрасли, максимально отвечающие конкурентным условиям внутреннего и внешнего рынков. Экономические процессы глобального мира развиваются на фоне интенсификации межгосударственной конкуренции, в том числе борьбы за расширение собственного культурного влияния. Современная креативная экономика активно применяет любые конкурентные преимущества, и, если их можно сформировать и развивать на основе национальной культурной традиции, то и она оказывается широко востребованной в современном мире и хозяйстве.

Хрестоматийным примером подобного взаимодействия национальной и мировой культуры, глобальной экономики и туристической сферы стало явление получившее название «халлю / корейская волна»⁵⁵. Оно играет особую роль в развитии въездного и культурного туризма Южной Кореи. Понятие «халлю» означает глобализацию массовой культуры современной Южной Кореи, её вы-

⁵⁴ 행정안전사 // 국가기록원 / История становления административного права в сфере национальной безопасности // Национальный архив Республики Корея: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.archives.go.kr/next/search/listSubjectDescription.do?id=005683&pageFlag=A&sitePage=1-2-1> (дата обращения: 07.11.2019).

⁵⁵ «Халлю» (кор. – 한류) в дословном переводе с корейского означает «корейская волна», этим термином обозначается современное содержание массовой культуры Южной Кореи и её популярности на международной арене (см.: 홍석준, 임춘성. 동아시아 문화와 문화적 정체성. 서울, 2009. С. 149. / Хон Сокджун, Лим Чхунсон. Культура и культурная самобытность Восточной Азии. Сеул, 2009. С. 149.

ход на мировую арену и закрепление внутри инокультурных сред зарубежных государств⁵⁶. Многие её элементы сначала активно популяризировались за пределами Южной Кореи, затем закрепились во многих странах, особенно Восточной и Юго-Восточной Азии, а в итоге приобрели черты глобального культурного феномена, проявляющиеся уже в мировом масштабе. Интересно, что термин «халлю» появился еще в середине 1990-х гг., но тогда это слово было введено в обиход в Китае для обозначения южнокорейского влияния в собственной стране. И только к концу 1990-х гг. заимствованный из китайского языка неологизм прочно укоренился в Южной Корее как термин, определяющий влияние Кореи на культуру других народов, сейчас он также олицетворяет влияние отдельных элементов современной южнокорейской культуры уже в глобальном масштабе⁵⁷.

Неологизм «халлю» образован сочетанием двух иероглифов: «хан», являющийся отражением самоидентификации корейцев на юге Корейского полуострова (входит в самоназвание Южной Кореи), и «лю», имеющий значение «распространяться / расходиться / проявляться». Уже к 1997 г. слово активно использовалось для отражения культурного феномена, развивавшегося в Китае и некоторых странах Юго-Восточной Азии, чуть позже к данному перечню можно присоединить Японию. Данный феномен заключается в масштабном росте популярности южнокорейских телевизионных сериалов и поп-музыки (первоначально), создававшихся в основном аудитории в КНР и других государствах Тихоокеанской Азии. Чуть ранее на Тайване использовалось идиоматическое выражение «корейский ветер Хаиль», что в волной передаче означает «ветер из Кореи, дующий летом», в континентальном Китае говорили «Ильджинская корейская волна», что также обозначало массовое увлечение местной аудитории специфической культурной продукцией из Кореи – телесериалами и современ-

⁵⁶ 신윤환, 이한우. 동아시아의 한류. 서울, 2006. С. 14-15. / Син Юнхван, Ли Хану. «Халлю» в Восточной Азии. Сеул, 2006. С. 14-15.

⁵⁷ 한류 3.0의 시대, 일본→중국'으로 대이동 // JTBC 뉴스 / Третье поколение «халлю», глобальное перемещение «Япония → Китай» // Новости JTBC [Электр. ресурс]. URL: http://news.jtbc.joins.com/article/article.aspx?news_id=NB10521610 (дата обращения: 17.09.2019).

ной молодежной музыкой. Наглядным примером может служить корейский телевизионный сериал в жанре мыльной оперы «Что такое любовь?», транслировавшийся по национальному телевидению КНР в 1997 г. Сегодня год трансляции данного сериала принято считать первым годом глобальной «корейской волны».

В конечном итоге министерство культуры и туризма Республики Корея решило воспользоваться конкурентной ситуацией, назвав её окончательным термином – «халлю», был предпринят успешный рекламный ход: это слово появилось на обложках всех музыкальных записей современных исполнителей корейской поп-музыки (в стиле К-поп), предназначенных для продвижения за границей. Впоследствии данный слоган появился на обложках видео и прочей культурной продукции Кореи, адресованной зарубежному потребителю⁵⁸.

Успех корейской «халлю» связан с тем, что в большинстве сериалов поднимались вопросы, хорошо знакомые и волнующие местную аудиторию, но не получившие отражения в отечественной культурной продукции. Так, сериал «Что такое любовь?» повествует о том, как поколение, выросшие в корейских семьях, ориентированных преимущественно на западную культуру, сталкивается с острыми социальными конфликтами, вступая в брак с детьми из традиционных семей. Это конфликт патриархальности и современности, демонстрация трудноразрешимых культурных различий, возникающих внутри одного этноса. Благодаря утонченному стилю повествования, профессиональной режиссуре и актерскому мастерству, сериал стал чрезвычайно популярным среди китайцев, большинство которых ещё ориентировалось на семью с конфуцианскими ценностями, но уже ощущало нарастающий внутренний конфликт старого и нового. Он имел чрезвычайно высокие рейтинги и вызвал в Китае особый интерес сначала к корейским сериалам, а впоследствии и к другой культурной продукции⁵⁹.

⁵⁸ 장규슈. 한류와 아시아류. 서울, 2013. С. 63. / Чан Гюсу. «Халлю» и Азия. Сеул, 2013. С. 63.

⁵⁹ 한류 효시 '사랑이 뭐길래' 중국 상륙 20년 // 연합뉴스 / Корейская дорама «А что такое любовь?» как источник «халлю», накрывшей Китай 20 лет назад // Новостной портал «Рёнхап» [Электр. ресурс]. URL: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20170612114000371> (дата обращения: 17.11.2019).

Активное распространение «халлю» и не только в Китае наблюдалось в первой половине 2000-х гг. Появились новые сериалы, такие как «Осенняя сказка» (2000 г.), «Зимняя соната» (2002 г.), «Жемчужина дворца» (2003 – 2004 гг.). Последний из них, «Жемчужина дворца» – это рассказ о реальном персонаже, простолудинке по имени Чан Гым, ставшей придворным врачом. Сюжет разворачивается на фоне дворцовой культуры Кореи с подробным представлением характерных черт жизни того периода, описанием еды, одежды, традиционной медицины. Не последнее место в картине занимает любовный сюжет. Сериал получил признание массовой аудитории, как в самой Южной Корее, так и за рубежом, и особенно в Японии и Гонконге, где его рейтинг популярности превысил 47%⁶⁰. Фильм был закуплен и демонстрировался в 60 странах, даже столь далеких от Кореи, как Иран, в котором рейтинг популярности достиг 86%⁶¹.

Но содержание «корейской волны» не ограничивается демонстрацией сериалов. Та же «Жемчужина дворца» стала настоящим символом «халлю». Иностранные туристы, приезжавшие в Южную Корею, стремились посетить место съемок сериала – о-в Чеджудо⁶², здесь была создана целая индустрия их обслуживания, включая обучение традиционным корейским играм, дворцовому этикету, самостоятельному приготовлению блюд национальной кухни, т. е. всему, что было показано в «Жемчужине дворца». И сегодня, непосредственно погружаясь в атмосферу, созданную в телесериале, в киностудии Чеджудо можно обжечь керамическое изделие в гончарной печи, натянуть тетиву лука, испытать свою меткость, стреляя из лука в кувшин, выпить макколи (слабоалкогольный традиционный напиток из риса) и многое другое⁶³.

В Табл. 1 показаны объективные статистические данные, иллюстрирующие, насколько сериал «Жемчужина дворца» повлиял на количество туристов,

⁶⁰ 윤홍근. 한국방송사. 서울, 2013. С. 25. / Юн Хонгын. Корейская телевещательная корпорация. Сеул, 2013. С. 25.

⁶¹ 김성수. 시각문화대표콘텐츠. 서울, 2014. С. 64. / Ким Сонсу. Актуализация типичного культурного контента. Сеул, 2014. С. 64.

⁶² Чеджудо – самый крупный остров Корейского и самая маленькая провинция Южной Кореи. Подробнее см.: Корея: путеводитель. Сеул, 2015. С. 57.

⁶³ 맞다! 맞아! TV 에서 봤던 바로 그 곳이야! // 중앙일보 / Верно! Верно! Это именно то место, которое я видел по телевизору! // Чунан Ильбо [Электр. ресурс]. URL: <https://news.joins.com/article/2047425> (дата обращения: 19.09.2019).

посетивших о-в Чеджудо. Начиная с года трансляции сериала (конец 2003 – 2004 г.) количество иностранных гостей неуклонно росло, в среднем прирост числа зарубежных туристов составил более 25% ежегодно.

Таблица 1. Динамика посещения иностранными туристами о-ва Чеджудо в период 2003 – 2016 гг.⁶⁴

Год	Число иностранных туристов (чел.)	Доля прироста численности иностранных туристов (%)
2003	221.017	–23,7
2004	329.215	+49,0
2007	541.274	+17,6
2010	777.000	+22,9
2013	2.333.848	+38,8
2016	3.603.021	+16,0

Корейские телесериалы стали проводниками рекламы, музыки, корейскую кухни, корейской традиционной одежды и многих других видов культурной продукции, активно распространяемой в мире в рамках «халлю». Экономический эффект, полученный в результате проката сериала «Жемчужина дворца» сегодня оценивают в 1,119 млн. корейских вон⁶⁵.

Данные, представленные в Табл. 2 и Табл. 3, показывают, из каких стран и регионов больше всего привлечено зарубежных туристов в Южную Корею в ходе распространения «корейской волны», ставшей очевидным стимулом для развития экономики и въездного туризма. Исходя из представленных данных, наиболее частыми посетителями являются туристы из Тихоокеанской Азии, наиболее подверженной воздействию «халлю». Приведем перечень азиатских государств в порядке убывания количества туристов, посетивших Южную Корею в 2014 г.: Китай, Япония, Тайвань, Гонконг, Таиланд, Филиппины, Малай-

⁶⁴ Состав. по информации Туристической ассоциации провинции Чеджудо (данные получены авт. в 2016 г.).

⁶⁵ 김평수, 윤홍근, 장규수. 문화콘텐츠산업론. 서울, 2016. С. 64. / Ким Пхёнсу, Юн Хонгын, Чан Гюсу. Теория отраслевого культурного контента. Сеул, 2016. С. 64.

зия, Индонезия, Сингапур и Вьетнам. С 2005 по 2014 г. количество посещений Южной Кореи гражданами Сингапура, Вьетнама, Китая выросло более чем в два раза (для каждой страны в отдельности). Можно с уверенностью говорить о том, что число туристов из Китая и государств Юго-Восточной Азии значительно возросло под влиянием «корейской волны».

Таблица 2. Количество посещений Республики Корея иностранцами

(за единицу взято одно посещение в календарном году)⁶⁶

	2005 г.	2007 г.	2009 г.	2011 г.	2013 г.	2014 г.
В целом	4.441.752	4.683.231	6.005.049	7.622.129	8.480.701	11.708.565
Ближний Восток	46.714	63.609	69.461	104.163	130.517	155.219
Америка	640.050	716.336	751.697	827.383	915.622	974.021
Европа	580.859	559.432	597.762	681.025	768.185	848.530
Океания	85.200	107.829	130.446	155.654	160.047	177.934
Африка	18.165	23.623	28.501	36.979	43.414	44.053

Таблица 3. Количество посещений Республики Корея гражданами азиатских государств (за единицу взято одно посещение в календарном году)⁶⁷

	2005 г.	2007 г.	2009 г.	2011 г.	2013 г.	2014 г.
Китай	710.243	1.068.925	1.342.317	2.220.196	4.326.892	6.126.865
Япония	2.440.138	2.338.921	3.053.311	3.289.009	3.518.792	2.280.434
Таиланд	112.724	146.792	190.972	309.143	372.878	466.783
Вьетнам	45.455	60.262	75.978	105.531	117.070	141.504
Тайвань	351.438	335.224	380.628	428.203	544.662	643.683
Гонконг	166.206	140.138	215.769	280.849	400.435	558.377
Сингапур	81.751	93.951	96.622	124.565	174.567	201.105
Малайзия	96.583	83.049	80.105	156.281	207.727	244.520

⁶⁶ 국적별 외국인 관광객 통계청 / Статистика въездного туризма [Электр. ресурс]. URL: http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=202&tblId=DT_1016 (дата обращения: 16.11.2019).

⁶⁷ 국가별 세부 관광통계청 / Статистика въездного туризма с учётом гражданства [Электр. ресурс]. URL: <https://know.tour.go.kr/stat/tourStatSearchDis.do?jsessionid=F8A3F7B27CC3D8D083CB59E8D1410101> (дата обращения: 04.11.2019).

Индонезия	62.294	67.450	80.988	124.474	189.189	208.329
Филиппины	222.655	263.799	271.962	337.268	400.686	434.951

Очевидно, что за счет роста фанатов «халлю», посещающих места съемок южнокорейских сериалов и фильмов, а также зрителей на концертах корейской поп-музыки численность приезжающих в страну зарубежных туристов демонстрирует стабильную тенденцию к росту. Во втором десятилетии XXI в. география «халлю» охватила западный мир, права на показ ещё одного популярного сериала «Потомки солнца» (февраль – апрель 2016 г.) были проданы телеканалам 32 стран, включая не только КНР или Японию, но и Великобританию, Францию, Италию, Германию, Румынию, Швецию и др.⁶⁸ Места съёмок «Потомков солнца», находящиеся в уездном городе Тхэбэк провинции Канвон, также стали популярным туристическим объектом⁶⁹.

Не избежала влияния «корейской волны» и Россия, с 2017 г. действует коммерческий телевизионный канал «Дорама», транслирующий преимущественно популярные южнокорейские сериалы. В музыкальной молодежной культуре современной России присутствует влияние К-Поп, однако следует признать его не столь существенным, как в соседях Южной Кореи по Восточной и Юго-Восточной Азии. Вообще, европейский мир более спокойно пережил внедрение «халлю», полагаем, что причина этому лежит в плоскости цивилизационных различий европейского и постконфуцианского миров. Первому из них трудно также активно интегрировать достижения современной корейской культуры, нежели родственному Востоку.

Успех и глобальное распространение «халлю» стали возможными благодаря исключительной поддержке южнокорейских властей, поручивших министерствам и ведомствам страны разработать и осуществить программу поддержки национальной культуры за рубежом. Во-первых, правительство Респуб-

⁶⁸ 태양의 후예 32 개국이 본다 // 해외문화홍보원 / «Потомки Солнца» в 32 странах мира // Международная культурная и информационная служба: официальный сайт. URL: <http://www.kocis.go.kr/koreanet/view.do?seq=5487> (дата обращения: 30.11.2019).

⁶⁹ 태백시, '태양의 후예' 촬영지 '대박' // 프레스리안 / Город Тхэбэк – место съемок сериала «Потомки Солнца» // Пресиан: информационный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.pressian.com/news/article/?no=140661> (дата обращения: 25.10.2019).

лики Корея объявило поддержку национальной культуры на мировой арене безусловным приоритетом своей внешней и внутренней политики.

Во-вторых, были избраны конкретные точки приложения усилий, что позволило в короткие сроки достичь максимального эффекта, а также выделены значительные материальные и финансовые ресурсы. Первоначально приоритетным направлением государственной поддержки «халлю» стал кинематограф, на развитии отрасли, способной популяризовать историю, культуру и современную жизнь Кореи в максимально возможной зарубежной аудитории, направлялись особые усилия общества и государства. Последнее покрывало все расходы по созданию подразделений, занимающихся видеопродукцией, и переводу их материалов с корейского языка на иностранные. Несколько сериалов за счет государственных средств были переведены на китайский язык и безвозмездно переданы Гонконгской телерадиовещательной компании. Южнокорейское правительство проводит политику поощрения экспорта культурной продукции, согласно которой она освобождена от экспортного налогообложения. Государство регулирует прибыль, полученную от реализации культурной продукции за границей: в частности, в случае телесериалов доход поровну делится между транслирующей и съемочной компаниями. В Китае, Японии и Англии были открыты финансируемые государством агентства по продвижению культурной продукции южнокорейского производства, первоначально на это было направлено около 50 млн. долл., покрывших расходы по их созданию, рабочему запуску и построению рыночной сети в Азии и Европе⁷⁰.

Как видно, продвижению корейских сериалов на международном рынке была оказана активная финансовая, политико-правовая и организационная поддержка, и полученные результаты превзошли все ожидания. В дальнейшем опыт приоритетной поддержки кинематографа был распространен и на другую культурную продукцию: современную поп-музыку, прежде всего, направление К-поп; пропаганду корейской национальной кухни, основанной на максималь-

⁷⁰ 허귀평. 중국대외보고연구. 서울, 2012. С. 404. / Хо Гвипхин. Анализ информации о внешнеэкономической деятельности Китая. Сеул, 2012. С. 404.

ной и повсеместной популяризации кимчхи, и прочее.

Во-третьих, южнокорейское руководство активно стимулирует подготовку профессиональных кадров в сфере культуры и особенно в системе культурного менеджмента. Причина популярности корейских телесериалов заключается в том, что людей из разных стран привлекают уникальная культура, изящная и яркая национальная одежда, красивые традиционные дома и разнообразная национальная кухня. К этому следует добавить сочетание передовых информационных и медийных технологий с характерными для корейского менталитета душевными и эмоциональными сюжетами, раскрывающими истории семьи и отдельных персонажей на особом культурном и эмоциональном фоне. Именно последнее является важнейшим секретом успеха южнокорейских телесериалов среди массовой аудитории азиатских стран.

Очевидным успехом культурного менеджмента Южной Кореи в области кинематографа считается разработка нового телевизионного жанра, получившего название «storytelling / сторителлинг»⁷¹. Ввиду отсутствия адекватного эквивалента в русском языке нам придется пользоваться данным англоязычным понятием. Новый жанр сочетает особенное построение обеспеченного сценарием повествования и компактную структуру телевизионного повествования, что позволяет обеспечить и развлекательный, и поучительный характер показанной / рассказанной истории, которая, конечно же, ориентирована на воспроизводство ценностного ряда корейской культуры во всей его привлекательности и разнообразии. Такой рассказ, собственно говоря, и реализуется в телесериале через концепцию сторителлинга.

Сторителлинг – это новый жанр, который тесно соединяет маленькую житейскую историю с богатейшим культурным достоянием Кореи, а значит трансформирует обыденность в уникальность. Старые придания, притчи и сказки пе-

⁷¹ Термин «storytelling» заимствован из англ. яз. и обозначает «повествование, рассказывание историй». Изначально «storytelling» соотносился с исполнением былин, сказаний, сказок, т. е. к устному народному творчеству. В современном культурологическом смысле он подразумевает передачу информации устным способом. Подробнее см.: 김정희. 스토리텔링이란 무엇인가. 서울, 2014. С. 6. / Ким Джонхи. Что такое «сторителлинг». Сеул, 2014. С. 6.

рассказываются с помощью сериалов и фильмов, история и культура Кореи показывается в другом, приближенном к реальной жизни, ракурсе. Понятно, что внедрение новой идеологии сторителлинга в кинематографическую практику потребовало кадрового и управленческого обеспечения, поэтому власти Южной Кореи активно и целенаправленно занимаются подготовкой профессионалов в сфере культурного контента, инвестировав для этого 1 млрд. 400 млн. корейских вон. В 14 университетах были созданы отделения культурного контента и менеджмента, а в Национальном университете провинции Канвон открыт первый в стране факультет сторителлинга⁷². В 2016 г. он был интегрирован с факультетом визуальной культуры, что позволило создать в университете принципиально новое образовательное направление. В целом по стране предметное содержание культуры ускоренно расширяет свою значимость, как в академической, так и в предпринимательской среде. На новом факультете Канвонского университета организована специализированная подготовка для профессиональных кадров в сфере производства и применения видеотехнологий, а также их внедрения в современные информационные технологии⁷³. Южная Корея является первопроходцем по подготовке человеческих ресурсов в данной области⁷⁴.

Вслед за сериалами «корейская волна» охватила музыкальную поп-культуру, большинство усилий сосредоточено на развитии т. н. жанра К-рор, сочетающего исполнительское мастерство певца и танцевальную музыку в современных ритмах. На самом деле К-рор представляет собой западный стиль исполнения современных песен, но измененный в соответствии с приоритетами корейской поп-культуры, в этом и кроется его особая популярность и очарование: в уникальном сочетании современной западной формы и восточного эмоционального содержания. Мировым дебютом жанра К-рор считают трансляцию на зарубежных каналах видеоклипа певца Сая⁷⁵ «Gangnam Style» («Каннам-

⁷² 김희숙. 21세기 한국어정책과 국가경쟁력. 서울, 2011. С. 241. / Ким Хисук. Коммуникация на корейском языке, языковая политика и проблемы конкурентоспособности государства в XXI в. Сеул, 2011. С. 24.

⁷³ 강원대학교 / Канвонский национал. ун-т: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.kangwon.ac.kr/www/contents.do?key=1912&> (дата обращения: 28.11.2019).

⁷⁴ 김희숙 / Ким Хисук. Указ. соч. С. 32.

⁷⁵ Сай (싸이) – популярный южнокорейский певец, настоящее имя Пак Чэсан.

стайл»). Известными исполнителями корейского К-рор являются БоА, Рейн, Донбан Синги и многие другие.

Феномен «Gangnam Style» поведал миру об иной Южной Корее, с ним связано появление термина «синдром Сая», описывающий культурное явление как эпидемию, захлестнувшую весь мир. На определенном этапе популярность клипа, записанного Саем, намного превзошла рамки привычной известности, что и вызвало подобную оценку – «синдром» как качественно новый уровень признания и популярности. «Синдром Сая» способствовал глобальному распространению песни Сая по всему миру, и Россия не стала исключением. На церемонии награждения самой авторитетной в России музыкальной премии «МУЗ-ТВ 2013» Сай получил специальную награду за мировой хит. В ходе подготовки к церемонии более 1,5 тыс. российских фанатов Сая устроили флешмоб, станцевав на стадионе «Олимпийский» танец «Каннам-стайл»⁷⁶.

Всемирная популярность песни «Каннам-стайл» объясняется сочетание нескольких факторов: (1) обрывистый слог и специфичные паузы между словами песни ориентированы не столько на ритмический рисунок танца, сколько на дыхание слушателя, поэтому попасть в такт песни и удачно повторить танец легко даже неподготовленному слушателю; (2) танец не отличается сложной хореографией, движения Сая просто повторить; (3) международная популяризация клипа с помощью социальных сетей Интернета, изначально Сай нацеливался на успех внутри страны и об выходе на мировой уровень даже не помышлял, не располагая инструментами для продвижения на внешнем рынке⁷⁷; (4) обеспечение широкой возможности для самовыражения массовой аудитории с использованием Интернета и цифровых технологий, а значит самостоятельный выход на зрителя и слушателя любого человека, готового подражать или пародировать.

⁷⁶ 싸이와 함께 한 모스크바 '강남스타일' 플래시몹...1,500명 '말춤' 들썩 // 러시아포커스 / 1,5 тыс. человек приняли участие в флешмобе, посвященном «Gangnam Style» // Фокус на Россию: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: https://kr.rbth.com/multimedia/pictures/2013/06/08/1500_42237 (дата обращения: 02.10.2019).

⁷⁷ 강남스타일 다 이유가 있습니다 // 오마이뉴스 / Gangnam Style имеет все основания быть внесённым в Книгу рекордов Гиннеса // Мои новости: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: http://star.ohmynews.com/NWS_Web/OhmyStar/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0001781438 (дата обращения: 26.07.2019).

дировать Сая, на YouTube и других сайтах появилось бесчисленное количество пародий и ответных видеоклипов, примечательно, что исполнитель и продавец оригинального клипа осознанно отказались от авторских прав с целью получить в замен широкое международное признание⁷⁸. В конечном итоге на пике популярности клипа сформировалось интернациональное сетевое сообщество, центром которого стал «Каннам-стайл».

Вторым направлением корейской музыкальной поп-культуры, получившим глобальное признание в рамках «халлю», является творчество т. н. «boys band», или «мальчиковых групп». Корейские исполнители выделяются неординарной внешностью, особой эмоциональностью и лиричностью исполнения песенного материала и виртуозным владением танцевальными техниками. Неслучайно, по степени популярности южнокорейские «boys band» превзошли даже своих японских коллег, в том числе и в массовой японской аудитории.

Число людей, охваченных влиянием «халлю» продолжает расти повсеместно в мире, многие из них, особенно очарованные современной корейской культурой приезжают в Южную Корею, чтобы приобщиться к источнику интересующей их культуры. Это существенно сказывается на развитии въездного культурного туризма в Республике Корея. Благодаря одной лишь песни Сая «Каннам-стайл» столичный район Каннам стал мировым туристическим объектом: в 2013 г. количество зарубежных посетителей Каннама, достигло 5 млн., в 2014 г. превысило 6 млн. чел. (см. Табл. 4).

Таблица 4. Динамика посещения района Каннам (г. Сеул, Республика Корея) иностранными туристами в 2012 – 2015 гг. (чел.)⁷⁹

	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Число иностранных туристов, посетивших Каннам	1.310.000	5.023.000	6.105.000	5.828.000

⁷⁸ 마케팅 적 시각으로 바라 본 '강남 스타일' 열풍 // 서울대학교 경영대학원 / О маркетинге с точки зрения хита Gangnam Style // Бизнес-школа Сеульского национал. ун-та: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://cba.snu.ac.kr/ko/sblcolumn?mode=view&bbsidx=77783> (дата обращения: 17.09.2019).

⁷⁹ Табл. 4 состав. по данным департамента туризма Каннама за 2016 г. (информация представлена авт.).

В мае 2015 г. в Каннаме на мосту Ёндон⁸⁰ состоялся знаменитый концерт корейской поп-музыки, на нём присутствовало около 40 тыс. чел., включая более 5 тыс. иностранных туристов из более чем десяти стран мира⁸¹. Это ещё одно свидетельство глобальных достижений «корейской волны» и её влияния на развитие въездного туризма в Южной Корее.

Российская аудитория подвержена влиянию «халлю» в меньшей степени, чем население стран Восточной и Юго-Восточной Азии, поэтому и перечень туристических объектов Республики Корея, популярных у россиян, несколько отличается от описанных выше достопримечательностей. В Табл. 5 и Табл. 6 указаны туристические места, наиболее часто посещаемые гостями из России.

Таблица 5. Посещаемость популярных туристических объектов Южной Кореи туристами из России (%)⁸²

Парк Хан-ган	Лотте Ворлд	Район Каннам	Апкуджон	Коэкс (COEX)	Улица Синсэдон	Чхондамдон
40,00	26,67	13,33	13,33	6,67	0	0

Примечание: С целью определить популярность туристических достопримечательностей Южной Кореи проведен опрос среди зарубежных 1.556 туристов, включая российских. В колонках указан процент участников опроса, посетивших данный туристический объект (подсчитано авт.).

Таблица 6. Общая посещаемость зарубежными туристами популярных туристических объектов Южной Кореи (%)⁸³

Парк Хан-ган	Лотте Ворлд	Район Каннам	Апкуджон	Коэкс (COEX)	Улица Синсэдон	Чхондамдон
12,92	20,57	9,25	20,31	7,78	19,02	7,58

Примечание: С целью определить популярность туристических достопримечательностей Южной Кореи проведен опрос среди зарубежных 1.556 туристов. В колонках указан процент участников опроса, посетивших данный туристический объект (подсчитано

⁸⁰ Ёндон-тэгё (кор. – 영동대교) – один из мостов через р. Ханган в городской черте Сеула.

⁸¹ 영동대로 K-팝 콘서트 // KBS 뉴스 / Концерт звёзд K-поп на проспекте Ёндон // KBS News: новостной портал [Электр. ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oeWjSY0Y-Qg> (дата обращения: 28.11.2019).

⁸² 강남곳곳 외국인들에 관광로망테마지 부상 // 한국경제 / Каждый уголок Каннам стал туристической достопримечательностью для иностранцев // Корейская экономика: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: <https://www.hankyung.com/news/article/201211083216u> (дата обращения: 26.05.2019).

⁸³ Там же.

авт.).

Многие россияне, посещающие Сеул, обычно идут в парки Ханган и Лотте Ворлд, где помимо традиционного осмотра достопримечательностей их ждут различные аттракционы (Лотте Ворлд / Lotte World⁸⁴) или условия для активного отдыха и занятия спортом (парк Ханган). Набережная реки Ханган полюбилась гостям как место развлечения и отдыха, включающее рекреационную ландшафтную зону, футбольное поле, волейбольные и баскетбольные площадки, бассейн и речной пляж, яхт-клуб и лодочную станцию, места для рыбной ловли, доступную автомобильную стоянку. Лотте Ворлд – это самый большой парк аттракционов в Сеуле, в котором можно найти также концертные площадки, ледовый каток, разнообразные рестораны и кафе.

В ноябре 2012 г. администрация сеульского района Каннама создала специализированный Центр развития туризма⁸⁵, включающий информационно-туристическую службу для информирования гостей, желающих узнать больше о различных достопримечательностях Каннама и столицы в целом. Ещё одним подразделением Центра является «Медикал турцентр», расположенный на первом этаже здания информационно-туристической службы Каннам, здесь туристы могут оценить достижения страны в медицинской сфере, в частности в дерматологии, пластической хирургии, корейской народной медицине, узнать о возможности прохождения комплексных осмотров и обследований на базе корейских медицинских учреждений⁸⁶.

На втором этаже здания расположен демонстрационный центр Халлю, ставший местом регулярного проведения автограф-сессий и встреч корейских знаменитостей с фанатами, что дает иностранному туристу редкую возможность лично увидеть популярных звезд «корейской волны». Можно осмотреть и

⁸⁴ См.: LotteWorld: official website of the company [Electr. Source]. URL: <http://www.lotteworld.com> (дата обращения: 13.08.2019).

⁸⁵ См.: 서울관광마케팅 강남관광의 새로운 랜드마크: 강남관광정보센터 개관 // 서울관광재단 / Национальный маркетинговый туристический центр – новый примечательный объект из числа туристических достопримечательностей Каннама // Сеульская организация туризма: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: <http://www.seoulwelcome.com/kr/?p=4043> (дата обращения: 16.08.2019).

⁸⁶ 강남관광정보센터 / Информационно-туристический центр Каннам: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://korean.visitseoul.net/attractions/%EA%B0%95%EB%82%A8%EA%B4%80%EA%B4%91%EC%A0%95%EB%B3%B4%EC%84%BC%ED%84%B0_/6814 (дата обращения: 26.05.2019).

даже примерить сценические костюмы актеров некоторых корейских драм, сериалов и певцов К-поп. Нередко здесь выставляются личные вещи и другие экспонаты знаменитых актеров и звезд корейского шоу-бизнеса.

В период проведения различных фестивалей и культурных мероприятий в районе Каннам действует туристический рынок, организуются выступления звезд К-поп на открытых сценических площадках. В рамках ежегодного фестиваля Каннам, который проводится в сентября – октябре традиционно работают фестиваль моды, кулинарный фестиваль, фестиваль стильных танцев и К-поп⁸⁷.

Жители и гости корейской столицы называют улицу Каросу в квартале Синса⁸⁸ улицей искусств. Вдоль неё тянутся гармонично вписанные в окружающий пейзаж кофейни и рестораны, магазины дизайнерской одежды, здесь всегда царит творческая и, нередко, экзотическая обстановка, неизменно привлекающая зарубежных туристов.

Район «Родео-драйв»⁸⁹ в Апкуджоне можно описать так: улица современной моды № 1 во всей Южной Корее, он стал центром моды с начала 1990-х гг., превратившись в место творческого самовыражения корейской молодежи, в зону, свободную от традиционных предписаний и ценностей. «Родео-драйв» прославился благодаря местной имитации улицы Родео-драйв в американском Беверли-хиллз. На каждой улочке Родео-драйв теснятся магазины товаров известных отечественных и зарубежных брендов, торгуют здесь и стильной, но подержанной одеждой, модной обувью, дорогим нижним бельём, аксессуарами, аутлетами и прочими модными товарами. Здесь же открыты престижные косметологические клиники, салоны красоты, иными словами – всё, что модно и позволяет поддерживать модный образ, включая человеческое тело и лицо. На ули-

⁸⁷ В районе Каннам проходит фестиваль Каннам – 2016 // Администрация Каннама: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://www.gangnam.go.kr/board/B_000031/1064304/view.do?mid – FM0403&pgno – 159&keyfield – bdm_main_title&deptField – BDM_DEPT_ID (дата обращения: 15.10.2019).

⁸⁸ Каросу (кор. 가로수길) – улица в квартале Синса (кор. 신사동) района Каннам г. Сеула, получила название из-за красивого оформления: по обе стороны улицы высажено 160 деревьев гингко. См.: Корея: путеводитель. Сеул, 2015. С. 60.

⁸⁹ «Родео-драйв» получила название от испанского слова «родео», что означает «ходить кругами». Ранее здесь осуществлялся выгул лошадей и выпас скота, а сегодня Родео-драйв – символ высокой моды. С появлением в квартале Апкуджон (кор. 압구정동) улицы высокой моды в корейском языке сложилась идиома «Родео-драйв в Апкуджоне», обозначающая ночную жизнь модного квартала в современном городе. См.: Корея: путеводитель. Сеул, 2015. С. 107.

це K-Star Road⁹⁰ оставлены отпечатки рук корейских звезд, прославившихся на мировом уровне, понятно, что она служит местом расположения продюсерских центры и торговых заведений, популярных в богемной среде корейской столицы.

Торгово-развлекательный центр COEX⁹¹, расположенный в столичном микрорайоне Самсунг – это масштабное культурное пространство общей площадью 119.008,26 кв. м., где можно посетить различные культурные, развлекательные и торговые объекты. Под его крышей объединены концертные и театральные площадки, крупнейший в Сеуле книжный магазин, представляющий покупателям не менее 2 млн. наименований отечественной и зарубежной литературы, центр моды, включающий в себя множество бутиков модной одежды и обуви, а также центр активного отдыха, кинотеатры, музей кимчхи. Расположенный в здании COEX «SM Town COEX» – это особое комплексное пространство, ориентированное на демонстрацию и продажу товаров, имеющих отношение к корейским и иностранным знаменитостям. На втором этаже продают продукцию, связанную с местными поп-идолами, именно она привлекает больше всего туристов. Здесь представлены десятки, если не сотни видов товаров, включая подушки с фотографиями звезд, календари, канцелярские принадлежности, футболки с изображением или логотипами популярных групп, исполнителей и киноартистов⁹².

На центральной площади СОЕХ, где снималась одна из сцен видеоклипа на «Каннам стайл», установлена скульптура певца в позе наездника, которую Сай использовал в своём музыкальном видео. Перед ней сформировано пространство для устройства летних концертов, танцевальных конкурсов, коллек-

⁹⁰ K-Star Road – улица звезд К-поп, это место, где поклонники современной корейской культуры, поп-групп и сериалов могут встретиться со своими кумирами. Здесь располагаются специализированные магазины, торгующие тематической продукцией в стиле К-поп и «халлю», в которых часто бывают корейские звезды. См.: Visit Seoul NET: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: <http://korean.visitseoul.net/Hallyu/K-star-ROAD-%EA%B0%95%EB%82%A8%ED%95%9C%EB%A5%98%EC%8A%A4%ED%83%80%EA%B1%B0%EB%A6%AC/15768> (дата обращения: 11.08.2019).

⁹¹ COEX (кор. 코엑스) – торговый, культурно-развлекательный и деловой центр, открытый в 1988 г., вмещает торговые залы, выставочный центр, городской терминал аэропорта, отель «Интерконтиненталь», универмаг «Хёндэ» и др. См: COEX: информационный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.coex.co.kr/> (дата обращения: 01.12.2019).

⁹² COEX: информационный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.coex.co.kr/> (дата обращения: 18.11.2019).

тивных и сольных выступлений би-боев. Би-боем в Корее называют любителей брейк-данса⁹³.

На улице Чхондам-дон⁹⁴ располагаются магазины брендовых товаров, в последнее время она стала основным местом шопинга для корейских модников. Это уникальное окно в мир моды получило название «улица моды Чхондам». На волне популярности корейской культуры она также была включена в обязательный перечень туристических маршрутов по Сеулу. На задних улочках и в проулках, убегаящих от осевой линии Чхондам, находится множество больших и малых популярных ресторанов. Этот район прославился в столице как место, где можно одновременно насладиться шопингом, созерцанием культурных объектов и вкусной едой⁹⁵.

Каннам имеет имидж достаточно дорогого района с высоким уровнем жизни и преобладанием состоятельных слоёв общества. Обычные корейцы, приехавшие в Сеул из провинции, да и многие рядовые жители столицы ограничиваются осмотром Каннама, крайне редко позволяя себе тратить здесь деньги, но у иностранных туристов он пользуется неизменной популярностью и как центр культурного туризма, и как зона брендового шопинга и моды.

Следует отметить особое отношение к «халлю» и её носителям среди молодежной аудитории, включающей как корейцев, так и иностранцев возрастного диапазона от 10 до 40 лет. Они формируют основной костяк фанатов «корейской волны», при этом самыми активными её адептами являются подростки и молодежь примерно до 30 лет. Молодые люди принимают участие во встречах популярных исполнителей и актеров с фанатами, выезжают за границу с целью увидеть зарубежные выступления своих кумиров, вернувшись на родину, они активно пропагандируют достижения «корейской волны» на мировой арене. В

⁹³ 우리말 사전 / 국립국어원 / Кореский словарь / Национальный институт корейского языка сайт: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://opendic.korean.go.kr/search/searchResult?query=%EB%B9%84%20%EB%B3%B4%EC%9D%B4> (дата обращения: 17.12.2019)

⁹⁴ Чхондам-дон (кор. 청담동) – местность в районе Каннам на северо-восточном берегу р. Ханган, её название означает близость к водам реки. См.: Корея: путеводитель. Сеул, 2015. С. 107.

⁹⁵ 대한민국구석구석 / 한국관광공사 / Вся Республика Корея // Национальная организация туризма Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://korean1.visitkorea.or.kr/kor/bz15/where/where_main_search.jsp?cid=126823&areaCode=1 (дата обращения: 15.11.2019).

Южной Кореи чрезвычайно высок спрос на концерты популярных певцов и групп, вокруг приобретения билетов на их выступления складывается высокая конкуренция, нередко перерастающая в ажиотаж. Фанаты искренне болеют за своих кумиров, на дни их рождения устраивают вечеринки, занимаются сбором средств и от имени любимых звёзд направляют их на благотворительность, нередко – на поддержку исторических и культурных памятников Кореи, оказавшихся в критическом состоянии⁹⁶. Звезды «халлю» поддерживают общественную деятельность своих фанатов, вместе с ними посещают отсталые по уровню развития регионы страны, а также участвуют в совместных благотворительных акциях⁹⁷. Тем самым представители обеих сторон «корейской волны» формируют в Корею благоприятный общественный фон и стимулируют социально значимую деятельность.

«Корейская волна» оказывает ощутимое влияние и на сферу культурного туризма. Выше уже отмечалась её роль в активизации въездного и выездного туризма, но и внутренний туризм характеризуется участием фанатской общности, она постоянно организует коллективные туры с посещением мест, связанных с пребыванием и творческой деятельностью корейских звезд, информация об этом активно распространяется через социальные сети⁹⁸. В различных местностях страны наблюдаются регулярные или сезонные наплывы фанатов, желающих изучать танцы в стиле К-поп, получить мастер-классы актерского мастерства и т.п. Администрация Сеула и местные муниципальные органы заинтересованы в этом и активно поддерживают активизацию регионального внутреннего туризма, делая ставку именно на целевую аудиторию, связан-

⁹⁶ 아이돌 팬덤 문화 어디까지 알고 있니? // 경기대학교 / Насколько хорошо ты знаешь культур фанатов? // Ун-т Кёнги: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://kgunews.com/news/view.php?idx=571&mcode=m22q90v> (дата обращения: 14.12.2019).

⁹⁷ 청소년팬덤문화 // 교육부 / Культура молодежного фанатского движения // Министерство образования и науки Южной Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: https://happyedu.moe.go.kr/happy/bbs/selectHappyArticle.do?bbsId=BBSMSTR_000000000204&ntId=2802 (дата обращения: 19.11.2019).

⁹⁸ 한국어행 코스를 변화시킨 다양한 한류 콘텐츠 // 한국국제문화교류진흥원 / Туристические программы подверглись изменениям под воздействием «корейской волны» // Фонд культурного обмена и содействия: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_view.asp?seq=17680&page=5&find=&search=&search2= (дата обращения: 17.07.2019).

ную с «корейской волной».

«Халлю» не могла не повлиять на образовательную сферу Южной Кореи. Одним из важных следствий её поступательного развития стало создание научного и образовательного Фонда «Седжон» – государственной организации, работающей под эгидой министерства культуры, спорта и туризма Республики Корея. Главной целью фонда является популяризация и распространение корейского языка и культуры за рубежом⁹⁹. Примечательно, что по количеству языковых курсов, организованных и финансируемых Фондом «Седжон», Россия находится на третьем месте в мире, на её территории действуют девять образовательных организаций фонда¹⁰⁰. Зарубежные студенты и школьники изучают корейский язык по ряду причин, проведенный фондом опрос в 2019 г. выявил основные из них: интерес к корейским сериалам и современной музыке, бытовое любопытство, желание выехать на долгосрочное обучение в Южной Корее (приведены по мере убывания, от самого популярного до наименее популярного ответа)¹⁰¹. При всей простоте заявленных в данном мероприятии вопросов и ответов прослеживается очевидная последовательность: вслед за распространением «корейской волны» за рубежом наблюдается рост интереса к самой Корее, её культуре, традициям и образованию.

Заметно возросло влияние «халлю» даже в таких неочевидных для неё сферах, как, например, корейская косметология. Деловые круги Южной Кореи мгновенно оценили рекламный потенциал «корейской волны». В результате на упаковках популярных косметических продуктов, предназначенных для внутреннего рынка и экспорта, уже в начале 2000-х гг. появились изображения из-

⁹⁹ 세종학당재단 // 문화체육관광부 / Образовательный фонд «Седжон» // Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.sejonghakdang.org/sjcu/home/intro.do> (дата обращения: 12.09.2019).

¹⁰⁰ 러시아 내 영향력을 넓혀가는 한글교육 // 한국국제문화교류진흥원 / Обучение корейскому языку позволяет усилить влияние Кореи на территории России // Корейский Фонд международного культурного обмена: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_view.asp?seq=14323 (дата обращения: 16.10.2019).

¹⁰¹ 세종학당 학습자 96% 친구에게 세종학당 소개하고싶다 // 문화체육관광부 / 96% обучающихся в ин-те Седжон, готовы порекомендовать его друзьям // Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pMenuCD=0302000000&pSeq=12726&pTypeDept=&pSearchType=&pSearchWord=&pCurrentPage=1 (дата обращения: 17.11.2019).

вестных актеров и певцов. Активной рекламной кампанией сопровождаются телевизионные трансляции концертов или пресс-конференций звёзд «халлю». В специальных рекламных блоках последние рассказывают о том, как и почему они пользуются корейской косметикой¹⁰². Так «корейская волна» содействует не только туристической отрасли и укреплению авторитета корейской культуры на мировой арене, но и помогает продвижению на внутреннем и внешнем рынках различной южнокорейской продукции, делает возможным завоевание новых сегментов мирового торгового рынка, а вслед за этим стимулирует проникновение в них корейской культуры.

В Республике Корея, по сути, сформировался специфический «халлю-туризм», который можно разделить на три основные течения: (1) в первую очередь это путешествия с целью увидеть своими глазами концерты представителей «халлю» на родине; (2) во-вторых, он включает в себя посещение известных мест славы «корейской волны», связанные со съемками видеоклипы, фильмов и телевизионных сериалов, для этого потребовались определенные усилия по специальному обустройству подобных мест и создания там туристической инфраструктуры; (3) организованное и индивидуальное участие туристов в зарубежных турне или разовых выступлениях корейских звезд за границей; (4) создание сувенирной индустрии, связанной с «корейской волной». Как видно в качестве объекта «халлю-туризма» выступает большинство отраслевых направлений: туризм въездной и выездной, внутренний туризм и даже околотуристический инфраструктурный и сувенирный бизнес. Однако, в любом случае, если оставить за рамками нашего исследования коммерческую и политическую составляющие интересующего нас процесса, мы придём к выводу, что во всех выделенных течениях «халлю-туризма» мы имеем дело с туризмом культурным.

Посредством сопричастности к «халлю-туризму» сами корейцы и зарубежные гости получают возможность взглянуть на страну с иной точки зрения:

¹⁰² 한국화장품, 대러시아 수출급증 // 코트라 / Резкий рост экспорта в Россию корейской косметики // Корейское агентство по содействию торговле и инвестициям: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/list/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=158165> (дата обращения: 09.11.2019).

современной, модернизированной и глобальной. Это обстоятельство способствует формированию нового и благоприятного имиджа Южной Кореи на мировой арене, что положительно влияет на усиление её авторитета и международного влияния, на укрепление конкурентных преимуществ южнокорейского бизнеса. Весь комплекс мероприятий, отмеченный нами в рамках развития «корейской волны» и за их пределами служит отстаиванию национальных интересов Республики Корея на региональной и мировой арене. Культурный туризм во всем его разнообразии вносит весомую лепту в данные процессы.

1.2. Роль туризма в политике Южной Кореи

Национальная политика Республики Корея в области туризма сформирована не так давно, её становление в современном виде началось в середине 1970-х гг. (подробнее см. раздел 1.1.), но наиболее активные этапы относятся к концу 1980-х гг. и времени возникновения «корейской волны». Тем не менее, некоторые организационные моменты можно отметить и в более раннем периоде, связанном с созданием южнокорейской государственности.

На современном этапе за разработку и реализацию государственной политики в туристической сфере отвечает министерства культуры, спорта и туризма Республики Корея. В нынешнем виде оно существует с конца 1990-х гг. и является центральным государственным ведомством, отвечающим за туризм, культуру, искусство, религии и спорт. Штат министерства включает министра, двух его заместителей (вице-министров), трех помощников министра, одной комиссии и более 60 подразделений, общая численность персонала составляет примерно 2.200 чел., при этом в самом министерстве работает чуть больше 600 чел. (по состоянию на июнь 2018 г.). Министерство курирует работу многих государственных учреждений в сфере культуры, искусства и спорта, таких как Национальный исторический музей, Национальный театр, Национальная биб-

лиотека и др.¹⁰³

История ответственного за туризм ведомства началась в 1948 г., когда в соответствии с поправками к Закону об организационной структуре правительства (нормативный акт № 1 от 17.07.1948 г.)¹⁰⁴ было создано Бюро общественной информации, подведомственное министерству образования. Позже ответственность за туристическую деятельность делегировали в министерство транспорта, в котором создали Бюро по содействию туризму¹⁰⁵. В таком виде туристическое ведомство просуществовало до 1961 г., когда ответственность за туризм в окончательном виде возложили на министерство, отвечающее в совокупности за национальную культуру и спорт (с 1960-х гг. оно неоднократно переименовывалось, реорганизовывалось, но сфера общей ответственности оставалась неизменной).

С принятием в 1964 г. Закона о продвижении туристических объектов в целях поступления иностранной валюты в Южной Корее началось усиленное развитие туристической инфраструктуры¹⁰⁶. Особый импульс ему был придан дважды: в 1975 г. и в годы подготовки и проведения Сеульской Олимпиады¹⁰⁷. В конце 1989 г. были окончательно сняты все ограничения на развитие внутреннего и выездного туризма¹⁰⁸ (подробнее см. раздел 1.1.).

В 1993 г. министерство культуры (до 1990 г. министерство культуры и информации), курировавшее в тот момент туристическую сферу, было интегрировано с министерством молодежи и спорта в министерство культуры и спорта. Объединение ведомств провели в соответствии с Законом об организационной

¹⁰³ См.: 대한민국 문화체육관광부 / Министерство культуры, спорта и туризма Республики Корея: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://web.archive.org/web/20111002133030/http://www.mct.go.kr/english/index.jsp> (дата обращения: 20.05.2019).

¹⁰⁴ См.: 행정안전부 국가기록원 // 문화체육관광부 / Каталог Национального архива Республики Корея // Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://theme.archives.go.kr/next/organ/organBasicInfo.do?code=OG0027452> (дата обращения: 02.10.2019).

¹⁰⁵ 관광 반 세기 대한민국의 가치를 상승. 한국관광공사. 서울, 2012, С. 62. / Полвека туристической отрасли: улучшение имиджа Республики Корея. – Сеул, 2012. С. 62.

¹⁰⁶ 관광개발정책 // 행정안전부 국가기록원 / Политика в сфере туризма // Национальный архив республики Корея [Электр. ресурс]. URL: <http://theme.archives.go.kr/next/organ/organBasicInfo.do?code=OG0027452> (дата обращения: 07.11.2019).

¹⁰⁷ 조배행 / Чо Бэхен. Указ. соч. С. 24.

¹⁰⁸ 김상태, 박상곤, 김동현 / Ким Сантхэ, Пак Сангон, Ким Донхён. Указ. соч. С. 3.

структуре правительства (нормативный акт № 4541 от 06.03.1993 г.)¹⁰⁹. В 1998 г. проведена очередная реорганизация структуры южнокорейского правительства, в результате которой министерство культуры и спорта переформатировано в министерство культуры и туризма (нормативный акт № 5529 от 28.02.1998 г.)¹¹⁰. В 2008 г. ещё одна структурная реформа закончилась появлением министерства культуры, спорта и туризма (нормативный акт № 8852 от 29.02.2008 г.)¹¹¹.

Следует отметить, что слово «туризм» не исчезает из названия профильного министерства с 1998 г., и это ещё раз подчеркивает окончательную концептуализацию роли и значения туристической сферы в государственной политике Республике Корея с конца 1990-х гг., что хронологически совпадает с выходом «халлю» на международную арену.

Разобравшись с подведомственностью туризма, нам следует проанализировать содержание государственной политики в туристической сфере, а также определить её место в общей культурной политике Республики Корея.

(1) Власти Южной Кореи определяют культурный туризм в качестве интегрированного элемента общегосударственной и региональной культурной политики. Программные материалы министерства культуры, спорта и туризма выдвигают задачу неуклонного роста культурного и творческого потенциала граждан Республики Корея. Развитие туризма и спорта является одним из направлений совершенствования указанного потенциала и в целом роста человеческого капитала в стране¹¹². Достижению данной цели служат многочисленные и разнообразные общереспубликанские и региональные программы и мероприятия. Одной из наиболее значимых национальных кампаний стало движение «День культуры в нашей жизни», основные мероприятия которой проводятся во вторую среду каждого месяца, начиная с 2014 г., но подготовка к ним превратилась

¹⁰⁹ 행정안전부 국가기록원 // 문화체육관광부 / Каталог Национального архива Республики Корея // Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://theme.archives.go.kr/next/organ/organBasicInfo.do?code=OG0027452> (дата обращения: 07.11.2019).

¹¹⁰ Там же.

¹¹¹ Там же.

¹¹² См.: 대한민국 문화체육관광부 / Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://web.archive.org/web/20111002133030/http://www.mct.go.kr/english/index.jsp> (дата обращения: 2015 – 2019 гг.).

по сути в программу ежедневных действий общественности и властей. Примечательно, что, несмотря на отсутствие в слогане кампании указания на туризм и спорт, перечень мероприятий в рамках «Дня культуры в нашей жизни» включает и спортивные, и нацеленные на привлечение отечественных и зарубежных туристов акции¹¹³.

В такие дни туристам и местным жителям предоставляется возможность посетить платные государственные, муниципальные и частные выставки, концерты, кинотеатры и прочие учреждения культуры со значительной скидкой. Музеи, картинные галереи, библиотеки работают в ночные часы также со скидками или совершенно бесплатно, уровень оплаты подобных акций зависит от финансовых возможностей местных властей¹¹⁴. Сравнение общенационального «Дня культуры в нашей жизни» с работой учреждений культуры в обычном режиме убедительно доказывает их бóльшую востребованность в рамках кампании и существенный рост зрительской активности: повышается количество кинопоказов, театральных представлений, музейных выставок и число их посетителей, включая приезжих с целью культурного туризма. Удивительно, но в это время, вопреки скидкам и бесплатным акциям общая выручка от культурных мероприятий возрастает¹¹⁵.

(2) Государственная политика нацеливает учреждения, отвечающие за развитие туризма в Южной Корее на широкое потребление исключительно отечественной культурной продукции. И в этом следует усмотреть не только её патриотическое содержание, но и заботу о соблюдении национальных интересов. С того же 2014 г. в стране регулярно проводятся туристические недели, не привязанные к конкретной ежегодной дате, но приуроченные к каким-то важ-

¹¹³ 2014년 1월부터 ‘문화가 있는 날’ 시행, 문화융성시대 문화로 신나는 일상이 펼쳐진다 // 문화체육관광부 / «День культуры» проводится с января 2014 г. и направлен на продвижение национальных культурных ценностей // Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=13240 (дата обращения: 18.11.2019).

¹¹⁴ 김지은. 문화가 있는 날 정책의 정착요인. 서울, 2015. С. 6-8. / Ким Джиын. Политические факторы фестиваля «День культуры»: дис. ...магистра. Сеул, 2015. С. 6-8.

¹¹⁵ 문체부 ‘문화가 있는 날’ 내수시장 활성화 기여 // 아트조선 / Вклад «Дня культуры» в активизацию внутреннего рынка // Арт Чосон: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: <https://news.join.com/article/18582737> (дата обращения: 29.11.2019).

ным юбилеям или событиям национального историко-культурного календаря. Нередко они совмещаются с этнографическими фестивалями, регулярно проводящимися в различных регионах страны. Участие в подобных туристических неделях даёт возможность приезжим воспользоваться существенными скидками на туристические услуги, включая размещение в отелях, транспорт и сборы за посещение достопримечательных мест. Финансовые возможности региональных властей и турфирм подкрепляются государственной поддержкой, которая может выглядеть как прямое финансирование из бюджета или предоставление местным бизнесменам, обслуживающим туристов со скидками различных преференций, в том числе разовых налоговых вычетов¹¹⁶.

Такой гибкий подход государства позволяет активно стимулировать интерес туристов, но при этом не страдают экономические интересы туристического и смежного бизнеса. В ходе туристических недель более 1.600 южнокорейских туроператоров предоставляют скидки на основные мероприятия не только на месте проведения основных мероприятий, но и распространяют многие из них на территорию целой провинции и даже всей республики. Каждый год Национальная организация туризма Кореи заранее объявляет местность, где будет проводиться следующий фестиваль и туристическая неделя, чтобы привлечь внимание местных и зарубежных туристов¹¹⁷. Как правило, в последнее время туристическая неделя проводится в Корее дважды в год: для весеннего туристического сезона (обычно в первой половине мая) и для осеннего сезона (в конце сентября – начале октября); несмотря на название «неделя», общая продолжительность двух сезонных мероприятий превышает 20 дней. По решению местной администрации и с согласия министерства образования школьникам можно предоставлять дополнительные каникулы при условии коллективного участия в туристической неделе. В этом наглядно проявляется отношение к культурному туризму как элементу образовательной и воспитательной деятельности в школе.

¹¹⁶ 권태일. 2015 관광주간 주요성과 분석 및 정책과제. 서울, 2016. С. 6. / Квон Тхэиль. Значение фестиваля «Туристическая неделя – 2015». Сеул, 2016. С. 6.

¹¹⁷ 정광민. 관광주간의 성과와 시사점 // 한국관광정책. 2016. 60 호. С. 18. / Чон Кванмин. Достижения и уроки фестиваля «Туристическая неделя» // Туристическая политика Южной Кореи. 2016. № 60. С. 18.

Трудовые коллективы могут обратиться с запросом о краткосрочном (на 2 – 3 дня) отпуске для коллективных или семейных выездов на мероприятия туристической недели; по понятным причинам окончательное решение остаётся за работодателем¹¹⁸.

Реализация республиканских и региональных программ в рамках туристической недели помогает государству стимулировать граждан на посещение культурных мероприятия посредством краткосрочного организованного туризма. Если не поддерживать и не развивать интерес народа и, особенно подрастающего поколения к национальной культуре, её ценность и значение будут постепенно вымываться, исчезать из повседневной жизни людей. Государственная политика Республики Корея в сфере туризма нацелена на борьбу с данной негативной тенденцией, особенно проявляющей себя в современном потребительском мире. Она стимулирует осознанное потребление культурной продукции в общенациональных рамках, что служит важным воспитательным и образовательным целями и составляет основу культурного туризма, при этом укрепляется и культурная инфраструктура страны.

(3) Государственная политика нацелена на активное использование культурного туризма в качестве живой рекламы национальной корейской культуры и основанной на ней культурной продукции. За реализацию данного направления культурной и туристической политики Южной Кореи отвечает Управление государственной охраны объектов культурного наследия, работающее в составе министерства культуры, спорта и туризма. Помимо основной деятельности по сохранению культурного наследия и охране конкретных памятных объектов управление организует специальные туристические акции, стимулирующие интерес к традиционной корейской культуре. Например, в 2013 г. оно реализовало программу бесплатного посещения иностранными туристами пяти сохранившихся в Сеуле королевских дворцов: Кенбоккуна, Токсугуна, Чандоккуна Кёнхигуна и Чангёнгуна, но непременным условием для этого было переодевание в

¹¹⁸ Чон Кванмин. Указ. соч. С. 18.

корейский национальный костюм, который выдавался на прокат всем пожелавшим в начале маршрута бесплатно¹¹⁹. В дальнейшем такую возможность распространили и на отечественных туристов. Корейская молодежь надевала национальный костюм, чтобы пройти во дворцы, не оплачивая билет, но акция приобрела беспрецедентные масштабы, и ношение национальной одежды во время экскурсий стало входить в моду среди людей, целенаправленно желающих прикоснуться к старинным традициям¹²⁰. Корейцы, расхаживающие в национальных костюмах в дворцовых и музейных интерьерах, привлекали внимание иностранных туристов, многие из них стали участниками акции уже не в целях экономии, а как подражатели местным обычаям. Популярными стали памятные фотографии зарубежных гостей вместе с корейцами, при этом и те, и другие были одеты в национальные костюмы; подобные фото загружались в социальные сети, что служило дальнейшей популяризации акции, задуманной и осуществленной Управлением государственной охраны объектов культурного наследия. Среди иностранцев, приезжающих в Южную Корею, стало популярным надевать костюм и играть в традиционные корейские игры во дворцах¹²¹.

Вышеописанная акция удачно наложилась на учреждённый в 1996 г. «День ханбока» («ханбок» – название национального корейского костюма), когда тысячи молодых людей в крупных городах Южной Кореи надевают традиционные костюмы и выходят на улицу, устраивая флешмобы¹²². Развивая подобный позитивный опыт, в 2014 г. при Министерстве культуры, спорта и туризма был создан Центр продвижения ханбока, нацеленный на распространение и изучение истории национального костюма в рамках образовательных

¹¹⁹ 한복 유행을 바라보는 서로 다른 시선 // 한국국제문화교류진흥원 / Почему столь популярен национальный корейский костюм «ханбок» // Корейский фонд международного культурного обмена: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_03_view.asp?seq=7939&page=10&find=&search=&genre= (дата обращения: 12.10.2019).

¹²⁰ 내맘에 드는 한복입고 고궁으로 // 서울방문 / Наденем ханбок и во дворец! // Визит в Сеул: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: https://korean.visitseoul.net/hallyu/내-맘에-드는-한복-입고-고궁으로_/15747 (дата обращения: 28.05.2019).

¹²¹ 한복 유행을 바라보는 서로 다른 시선 // 한국국제문화교류진흥원 / Почему столь популярен национальный корейский костюм «ханбок» // Корейский фонд международного культурного обмена: официальный сайт [Электр. ресурс]. (дата обращения: 12.10.2019).

¹²² 한복, 명절에만 입으란 법 있나요? // 조선일보 / Вы надеваете ханбок только по праздникам? // Чосон Ильбо [Электр. ресурс]. URL: https://news.chosun.com/site/data/html_dir/2014/10/02/2014100200286.html (дата обращения: 22.12.2019).

программ отечественных и зарубежных учебных учреждений. Сегодня «День ханбока» вышел за пределы страны и отмечается в ряде зарубежных государств, где наиболее активно работают культурные организации южной Кореи¹²³.

(4) Государство признаёт, что организация культурного туризма дает возможность собственным гражданам и зарубежным гостям ближе познакомиться не только с достижениями страны в области культуры, но и с её историей. В этом отношении показателен пример ещё одной акции Управления государственной охраны объектов культурного наследия, адресатом которой были, прежде всего, туристы из России. В 2018 г. в качестве нового туристического маршрута был открыт т.н. «Памятник культуры и истории 122-летней давности – путь Коджона»¹²⁴. Это пешая прогулка по пути бегства короля Коджона в русскую дипломатическую миссию.

Памятник связан с драматическими событиями 1896 – 1897 гг., когда в разгар японской экспансии на Корейский полуостров королевская резиденция дворец Кёнбоккун был взят «под охрану» японским гарнизоном, а монаршая семья оказалась в условиях домашнего ареста. Оккупанты спровоцировали трагическую гибель супруги Коджона, и он с наследником, фактически спасая свою жизнь, бежал под защиту российского посла. Король и принц смогли тайно покинуть дворец и добраться до посольства, находившегося в 120 м. от Кёнбоккуна. Там они жили под защитой России целый год, при этом король имел возможность заниматься государственными делами. Это беспрецедентное событие показывает, что в основе добрососедских отношений Кореи и России заложены прочные исторические корни. Современным гражданам двух стран не помешает сохранить это в памяти, и акция «Путь Коджона» явилась лучшим напоминанием не только в 2018 г., но и на десятилетия вперёд. Была восстанов-

¹²³ 한복진흥센터 / Центр продвижения корейского национального костюма: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.hanbokcenter.kr/user/nd7952.do> (дата обращения: 17.11.2019).

¹²⁴ 러시아공사관으로 피신하던 ‘고종의 길’, 10월 개방 // 오피니언 뉴스 / В октябре состоится открытие новой достопримечательности «Путь Коджона», по которому он совершил побег в посольство России // «Опионион Ньюз»: новостной портал [Электр. ресурс]. URL: <http://www.opinionnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=10565> (дата обращения: 17.06.2019).

лена узкая мощеная камнем дорожка, по которой Коджон добирался из дворца в посольство, она-то и получила наименование «путь Коджона». Также было реконструировано само здание российской дипмиссии, построенное в архитектурном стиле Возрождения¹²⁵. Новый туристический маршрут оказался широко востребован не только российскими группами, но и туроператорами, работающими на внутренний туризм, на «пути Коджона» постоянно находятся корейские экскурсанты: и коллективные группы, и индивидуалы¹²⁶. Культурный туризм как элемент государственной политики предоставляет отечественным и зарубежным туристам новые площадки и возможности для познания истории Кореи, служит поддержанию прочной связи между прошлым, настоящим и будущим страны.

(5) Стимулирование приоритетного развития культурного туризма со стороны государства отражается на общем повышении качества оказываемых в стране услуг: туристических, смежных с туризмом и прочих. В соответствии с политикой государственной поддержки туризма была разработана и внедрена кампания «К-смайл / K-smile», направленная на повышение уровня удовлетворенности иностранных гостей. Содержание «К-смайл» определяют встреча и сопровождение зарубежных туристов и других гостей Южной Кореи в доброжелательной манере, а конечная цель – придание такого образа стране, чтобы у туристов возникло желание посетить её снова и снова¹²⁷. Дружелюбие нации создает положительный имидж Республики Корея, повышает её статус в мире и, в конечном счёте, придаёт дополнительные конкурентные преимущества на региональной и глобальной арене. Теплые слова, дружеская помощь, светлая улыбка – вот что по-настоящему впечатляет и запоминается, об этом говорил

¹²⁵ 아관파천 현장 옛 러시아공사관 원형 복원한다 // 한국일보 / Зданию дипломатической миссии Российской империи, в которой скрывался король Коджон на фоне событий корейской истории конца XIX в., возвращают первоначальный вид // Хангук Ильбо [Электр. ресурс]. URL: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/201607201693759420> (дата обращения: 17.11.2019).

¹²⁶ 아관파천 고종의 길 걸어봤어요 // 서울특별시 / Я прошел по «Пути Коджона» // Особый город Сеул: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: <https://opengov.seoul.go.kr/mediahub/15920028> (дата обращения: 30.08.2019).

¹²⁷ 2016–2018 한국방문의해 ‘청년 외교대사’, K 스마일로 한국을 알려요! // 한국방문위원회 / Молодёжная дипломатия в 2016 – 2018 гг.: поездка в Южную Корею, познайте Корею с помощью «К-смайл»! // Корейская ассоциация въездного туризма: официальный портал [Электр. ресурс]. URL: <https://vkc.or.kr/about/vkc/> (дата обращения: 18.10.2019).

руководитель отдела зарубежного туризма Национальной организации туризма Кореи У Бёнхи: «Дружелюбие корейцев и корейские улыбки – это и есть наше нематериальное наследие, которое останется в памяти тех, кто посетил Зимние Олимпийские игры 2018 в Пхёнчхане»¹²⁸. Таким образом, культурный туризм способствует формированию новой культурной среды в Корее; дружелюбие нации создает положительный имидж Республики Корея, повышает её статус в мире и, в конечном счёте, придаёт дополнительные конкурентные преимущества на региональной и глобальной арене.

(6) Государство активно использует культурный туризм как возможность непосредственно прикоснуться к национальной культуре. В Южной Корее приступили к созданию комплексных культурно-туристических зон, идея которых опирается на современное культурное достижение «халлю». Значительная часть финансирования этой программы находится в сфере ответственности государства. К настоящему времени реализуются три проекта по созданию комплексных культурно-туристических зон: «Зону корейской культуры» или «Корейский туристический хаб» (г. Сеул), «Долина Кей-культуры / K-Culture Valley» (г. Коян, провинция Кёнгидо) и «Корейский опыт»¹²⁹. Поставлена цель запустить все три комплекса до начала 2021 г.

Один из них, «Корейский туристический хаб» в Сеуле уже построен на основе преимущественного государственного финансирования. Проект связан с внедрением самых передовых туристических технологий: цифровых, интерактивных и других. Сверхзадача «Зоны корейской культуры» заключается в создании здесь такой среды и технических условий, когда зарубежному туристу уже не понадобятся услуги гидов и классические путеводители, с тем чтобы он «...самостоятельно прочувствовал корейскую культуру, традиции и кухню на

¹²⁸ 주한 외국인인 함께하친절 글로벌 에티켓 알리기 캠페인 실시 // 한국관광공사 / Проводится кампания по изучению и распространению международного этикета и норм вежливости при участии иностранцев, проживающих в Корее // Национальная организация туризма Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://kto.visitkorea.or.kr/kor/notice/news/press/board/view.kto?id=429011&rnum=4> (дата обращения: 25.11.2019).

¹²⁹ 고양 K-컬처밸리 테마파크·상업시설 내달 착공 // 연합뉴스 / В следующем месяце в Кояне начнётся строительство тематического парка K-Culture Valley и коммерческого комплекса // Рёнхэп: новостной портал [Электр. ресурс]. URL: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20180424117800061> (дата обращения: 26.08.2019).

основе индивидуального восприятия и личного эмоционального опыта», что станет «...ключевым моментом для формирования впечатления гостей о Корее»¹³⁰. «Корейский туристический хаб» включает информационный центр, оснащенный с учетом последних технологических достижений, зал корейской кухни, в котором действуют регулярные выставки, дегустации, а также рестораны, зал искусств, демонстрирующий достижения традиционной и современной корейской культуры, зал медицинского туризма, зону виртуальной реальности и многое другое¹³¹.

В провинции Кёнгидо при активном участии частного бизнеса создаётся «Долина Кей-культуры», состоящая из шести тематических зон, включая историческую зону для демонстрации основных моментов из истории и культуры страны, ретро-зону XX века, в которой можно будет проникнуться атмосферой 1980-х гг., «великую зону», где можно будет увидеть экспонаты, связанные с музыкой в стиле К-поп, корейскими сериалами и национальной кухней¹³². В долине разместят вместительный амфитеатр для концертов и других массовых представлений. Здесь также применяют самые передовые цифровые и информационные технологии¹³³.

О третьей комплексной культурно-туристической зоне «Корейский опыт» за пределами страны известно пока мало, реализация проекта ещё не началась, поэтому мы не можем назвать даже предполагаемое место её размещения.

Государственная политика Республики Корея в сфере туризма направлена на активное использование традиционной и современной культуры страны с целью сохранения культурного наследия и его активного использования в интересах населения и страны. Благодаря развитию туризма потребительский

¹³⁰ 케이스타일 허브를 한국관광의 허브로 // 중앙일보 / K-Style Hub как «сердце» корейского туризма // Чунан Ильбо [Электр. ресурс]. URL: <https://news.joins.com/article/19904608> (дата обращения: 16.05.2019).

¹³¹ 대한민국 구석구석 // 한국관광공사 / Вся Республика Корея // Национальная организация туризма Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://korean.visitkorea.or.kr/main/main.do> (дата обращения: 26.11.2019).

¹³² 글로벌 한류 랜드마크 'K컬처밸리' 첫 삽 // 연합뉴스 / Глобальный символ «корейской волны» – «K-Culture Valley»: первый шаг сделан // Рёнхэп: новостной портал [Электр. ресурс]. URL: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/05/20/0200000000AKR20160520042700005.HTML> (дата обращения: 21.10.2019).

¹³³ Там же.

спрос на культурные объекты и продукцию неуклонно растёт, как в самой Южной Корее, так и за рубежом. В таких условиях туризм становится движущей силой современного производства в сфере культуры и искусства. Благодаря масштабному вовлечению иностранных туристов, национальные культурные программы становятся более доступными, разнообразными и технически оснащенными. Это в свою очередь стимулирует интерес отечественных потребителей культурной и туристической продукции, в выигрыше оказываются все: корейские и зарубежные туристы, общество и государство, туристическая отрасль и бизнес, национальная культура в целом.

Не менее значимым достижением государственной политики в сфере туризма является формирование положительного имиджа Республики Корея на мировой арене и повышения интереса к брендам корейских производителей. В конечном счёте это ведёт к повышению конкурентной способности страны на глобальных рынках и объективно содействует защите и реализации национальных интересов. Во всех данных процессах туризм и культура тесно взаимосвязаны, в современных условиях государственная политика строится так, чтобы усилить их связь и обратить достижения одного из них на пользу другому. Признавая важность и ценность культурного туризма, южнокорейское руководство активно проводит политику на широкое использование достижений традиционной и современной корейской культуры в туристической сфере.

1.3. Современные туристические практики в Южной Корее

Число туристов, приезжающих в Южную Корею из Приморского края, увеличивается ежегодно. В предыдущем разделе мы уже останавливались на ряде проектов, связанных с внедрением и реализацией современных туристических технологий (см. раздел 1.2.). Всё они могут быть интересны и российскому потребителю туристических услуг. Рассмотрим наиболее успешные современные туристические практики Южной Кореи более подробно. В соответствии с предметом нашего исследования остановимся на двух наиболее эффективных

программах, рассчитанных преимущественно на зарубежных туристов и относящихся к направлению культурного туризма.

1.3.1. Наиболее эффективные туристические программы

(1) Одним из примеров современной практики туризма в Южной Корее является **программа «Темплстей»**, предполагающая проживание в или при буддийских монастырях. В 2009 г. проект «Темплстей» был включен Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в число пяти наиболее успешных в мире культурно-экскурсионных программ¹³⁴. Отчёт ОЭСР за 2009 г. содержит описание программы и её общую оценку: «Данная программа, разработанная на основе креативной и инновационной концепции, продвигается при государственно-частном партнёрстве и знакомит иностранных туристов с основами корейского буддизма»¹³⁵.

Реализация программы «Темплстей» впервые началась во время чемпионата мира по футболу 2002 г., проходившего в Южной Корее, в какой-то мере она была призвана решить проблему недостаточного количества гостиниц для иностранных туристов и болельщиков, но сутью её стало разнообразие культурной составляющей в современной практике туризма. Двери буддийских монастырей открылись для южнокорейских и иностранных постояльцев¹³⁶, в настоящее время зарегистрировано 215 храмов, в которых Буддистская культурная ассоциация Кореи, начиная с 2002 г, реализует программу «Темплстей». В 2014 г. в данной программе приняли участие 25.560 иностранных туристов. Динамику развития программы можно проследить по Табл. 8.

Таблица 8. Количество участников программы проживания

¹³⁴ 불교신문 / Буддийская газета: новостной портал [Электр. ресурс]. URL: <http://www.ibulgyo.com/> (дата обращения: 12.11.2019).

¹³⁵ OECD "템플스테이 성공적 문화관광상품" // 연합뉴스 / ОЭСР: успешность программы «Темплстей» для туристов // Рёнхап: новостной портал [Электр. ресурс]. URL: <http://www.yonhapnews.co.kr/culture/2009/11/11/0907000000AKR20091111169100005.HTML> (дата обращения: 12.11.2019).

¹³⁶ 템플스테이 / Темплстей: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: <https://www.templestay.com/page-templestay.asp> (дата обращения: 14.08.2019).

в буддийских храмах Южной Кореи (чел.)¹³⁷

2006 г.	2008 г.	2010 г.	2012 г.	2014 г.
9.497	20.106	20.045	23.752	25.560

Буддизм Махаяны¹³⁸ остается уникальным элементом более чем полутысячелетней истории учения в Корее, ежегодно примерно 2,5 тыс. исповедников буддизма выбирают монашество и уходят в сотни монастырей и храмов, раскинутых по всей стране, чтобы вести там размеренную и достойную жизнь¹³⁹. Эта традиция продолжает влиять на общественное сознание Южной Кореи, привлекая внимание и за рубежом; по общему мнению, пребывание в монастырях и храмах помогает людям ощутить стабильность и гармонию души и тела. Популярность буддийских воззрений в мире наряду с сохраняющимся его значением в Корее повлияли на внедрение программы «Темплстей» как современного культурного и туристического продукта. Людям, впервые попавшим в буддийский храм, рассказывают о давних традициях и культуре монашеского существования, об образе жизни и быте монахов. Во время нахождения в монастыре специальное время отводится для изучения и наслаждения красотой храмовой архитектуры, искусственно созданным в храме и окружающим природным ландшафтами, общением, знакомством с традиционными ремеслами, у временных постояльцев есть возможность послушать древние предания, сокрытые в стенах монастыря и связанные с его богатой историей.

Программа проживания в храме включают также обучение медитативной практике, общение с монахами, участие в буддийских службах и церемониях, изготовление лotosовых фонарей, приобщение к специфической культуре мона-

¹³⁷ 박태원. 우리나라 템플스테이의 활성화 방안 // 한국불교학. 82 집. 서울, 2017. С. 41. / Пак Тхэвон. Меры по развитию программ пребывания в буддийских храмах Южной Кореи // Буддизм в Корее. Т. 82. Сеул, 2017. С. 41.

¹³⁸ Махаяна – одно из двух основных течений буддизма, дающее исповедникам надежду повторить религиозный опыт Будды с помощью изучения сутр и медитации (подробнее см.: Климова Ю.С. Аспекты категории дхармы в буддийских иконах // Вест. Калмыцкого ун-та. 2018. № 38 (2).

¹³⁹ 운수사 템플스테이 신나는 세상 // 부산광역시 대표포털 사이트 / Программа ночлега «Тэмплстэй» в хостеле при храме Унсуса // Занимательный мир: туристический г. Пусана [Электр. ресурс]. URL: http://www.sasang.go.kr/index.sasang?menuCd=DOM_000000602003008000 (дата обращения: 13.12.2019).

стырской пищи¹⁴⁰. Духовная медитация является основной практикой корейского буддизма, на начальном этапе медитативные упражнения занимают не менее 50 – 60 мин. в день, а вслед за ними идёт обязательная прогулка в окрестностях монастыря в течение 10 – 30 мин. В зависимости от монастыря и степени готовности туриста программа варьируется: новичкам достаточно часовой медитативной практики, а посетители с бóльшим опытом получают возможность заниматься её на профессиональном уровне¹⁴¹. Программой в обязательном порядке предусмотрено общение с монахами, примечательно, что оно приходится на время отдыха из распорядка дня самих монахов. Обычно общение сопровождается ритуалом чаепития, в процессе которого можно ближе узнать собеседника и послушать его наставления или житейские рассказы. Турист имеет возможность задать вопросы о храме или монахах, но самой важной – поговорить с ними о сложностях собственной жизни и получить необходимый совет¹⁴².

Буддийские монахи относятся к пище и её принятию с особым почтением, это закреплено в храмовых уставах и даже в обиходной речи: монахи используют особое выражение для обозначения приёма пищи, которое одновременно значит и «принимать пищу» и «пировать». В русском языке есть близкий термин: «трапеза», «трапезничать». Данное монастырское слово подразумевает, что исповедники буддизма хорошо понимают, сколько труда было затрачено, прежде чем пища попала на их стол¹⁴³. Такого рода отношению к еде как ценному дару ежедневно внушается гостям монастыря. Туристов учат мантре, произносимой перед каждым приёмом пищи, поясняют, почему съедать нужно всё, что есть в тарелке и на столе. И это не пропаганда обжорства, напротив, внушение мысли об умеренности: став на стол и клади в свою тарелку ровно столько еду, сколько тебе нужно. Для Южной Кореи к стати говоря, это весьма серьёзная проблема: городское хозяйство ежедневно производит десятки тысяч тон

¹⁴⁰ 템플스테이 / Темплстей: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: <https://www.templestay.com/page-templestay.asp> (дата обращения: 14.08.2019).

¹⁴¹ 남궁손. 템플스테이 길라잡이. 서울, 2013. С. 179-185. / Нам Гунсон. Руководство по программе «Темплстей». Сеул, 2013. С. 179-185.

¹⁴² Там же.

¹⁴³ Подробнее см.: 발우와공양. 서울, 2003. / Принимать и пировать. Сеул, 2003.

пищевых отходов. Население разучилось ценить и экономить пищевые ресурсы. Отношение к еде и принятие пищи – один из важных храмовых ритуалов, позволяющий осознать благочестивые отношения между людьми иначе взглянуть на привычные вещи – относиться к еде и людям, которые её нам обеспечивают, с большим почтением¹⁴⁴.

Буддийская литургия, т. е. храмовые службы – не менее значимый элемент программы «Темплстей» по сравнению с медитативной практикой. Для всех постояльцев монастыря: монахов и временных гостей – это самый важный ритуал из всего перечня монастырской жизни. Трижды в сутки: на рассвете (буквально – с восходом солнца), в 11 часов дня и вечером (примерно за час до заката) – в главном павильоне храма проводятся службы, воздающие Будде религиозное почитание. Собственно, любой день в храме начинается и заканчивается богослужением; в нём принимают участие всё, кто в данный момент находятся при монастыре. Монахи несут службу на положенном «профессиональном» уровне, читают определенный сутры, поют молитвы речитативом, в такт им отстукивают ритм с помощью чона¹⁴⁵, а гости, помимо пассивного созерцания, имеют возможность некоторых ритуальных действий: поддержать ритм с помощью простых инструментов – барабана или гонга, а затем по очереди звонят в храмовый колокол, что означает завершение службы¹⁴⁶. Многие туристы охотно участвуют в ритуале поклонения Будде перед его иконографическим или скульптурным изображением, размещенным на главном алтаре. Поклонение боже-ству – ключевой ритуал буддийской службы, он подразумевает глубокие (в русском понимании «земные») поклоны в положении стоя на коленях. Ритуал имеет несколько вариаций в зависимости от числа поклонов: 3, 108, 1.080, 3.000. Разумеется, большинство туристов выбирает ритуал 108 поклонов, тем более что он символизируют раскаяние в неблагоприятных поступках и стремление освободиться от алчности и зависти¹⁴⁷.

¹⁴⁴ 남궁손 / Нам Гунсон. Указ. соч. С. 186.

¹⁴⁵ Чон – щелевой деревянный барабан в виде рыбы.

¹⁴⁶ 남궁손 / Нам Гунсон. Указ. соч. С. 206-208.

¹⁴⁷ Нам Гунсон. Указ. соч. С. 210.

Программа «Темплстей» включает также изготовление лотосовых фонарей, обучение самым простым монастырским ремёслам. Цветок лотоса в буддизме символизирует изначальную природу Будды, которая содержится в каждом творении окружающего мира, включая человека; считается, что, подобно лотосу, вырастающему из ила, но не запятнанному грязью, любое живое существо может достичь просветления, и тогда и в нём воочию проявляется природа Будды¹⁴⁸. В Южной Корее каждый год восьмого числа четвертого месяца по лунному календарю проводится фестиваль лотосовых фонарей в честь пришествия Будды в этот мир (день рождения Будды). Все исповедники буддизма и многие сочувствующие или заинтересованные люди заранее изготавливают лотосовые фонари, символизирующие учение Будды, и после заката солнца идут с ними в святыне для буддистов места или храмы, где празднование продолжается до поздней ночи¹⁴⁹.

Организаторы программа «Темплстей» осенью 2011 г. провели опрос её участников в период с октября 2010 г. по сентябрь 2011 г., анкетирование показало высокий уровень удовлетворённости туристов: 92,7% респондентов ответили, что рекомендуют программу проживания в буддийском храме другим людям. Причем у иностранцев уровень удовлетворенности оказался выше, чем у корейцев¹⁵⁰. Зарубежные туристы особо выделили чайную церемонию, изготовление лотосовых фонарей, встречи и беседы с монахами. Туристическая программа «Темплстей», связанная с проживанием в храме и более тесным приобщением к буддийским традициям, является важным компонентом современной культурно-экскурсионной программы, которая играет особую роль в ознакомле-

¹⁴⁸ 템플스테이 / Темплстей: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: <https://www.templestay.com/page-templestay.asp> (дата обращения: 14.08.2019).

¹⁴⁹ 국가 무형문화재 제 122 호 연등회 / Фестиваль лотосовых фонарей занимает позицию № 122 в Перечне государственного нематериального культурного наследия [Электр. ресурс]. URL: <http://www.llf.or.kr> (дата обращения: 26.09.2019).

¹⁵⁰ 템플스테이, 경계를 넘어 세계로 뻗어가는 우리민족의 전통문화와 알 // 문화재청 / Программа «Тэмплстэй» предусматривает проживание в буддийском храме в качестве обычного послушника и укрепляет традиционную культуру и дух нашего народа, переходит границы и славится по всему миру // Агентство по охране объектов культурного наследия: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://www.cha.go.kr/newsBbz/selectNewsBbzView.do?sessionId=sUwhBuoVYJjHOEIQctcXS4uN0m1je6DymtLDVsdmlVBaSTJkywWY5Wfoll2aeTza.cha-was01_servlet_engine1?newsItemId=155697626§ionId=add_cate_1_sec_1&pageIndex=10&mn=NS_01_10&strWhere=&strValue=&sdate=&edate= (дата обращения: 27.07.2019).

нии иностранцев с традиционной корейской культурой.

(2) Вторым успешным примером современной практики туризма в Южной Корее является **проект «Путь тхэквондо»**, знакомящий иностранцев с традициями страны через спортивные занятия. Корея известна как родина тхэквондо, давно ставшего чрезвычайно популярным в разных странах мира. «Путь тхэквондо» посвящен истории и особенностям исконно корейского вида боевых искусств. В 2004 г. проект получил общенациональный статус, основанный на признании со стороны Национальной организации туризма Кореи¹⁵¹.

«Путь тхэквондо» представляет собой экскурсию по местам, где элитарная молодёжь государства Силла (*хвараны*, подробнее см. раздел 1.1.) практиковалась в боевых искусствах. В ходе путешествия гостям предоставляется возможность послушать рассказ знатока истории тхэквондо, увидеть в музее древние документы («Исторические записки трёх государств», «Обзор земель Восточного государства» и др.), попрактиковаться в тхэквондо, принять участие в тренировке спортсменов-профессионалов, в чайной церемонии, попробовать традиционную пищу, ознакомиться с рядом объектов культурного наследия¹⁵². Программа, объединяющая тхэквондо и историю, позволяет одновременно насладиться и познавательной экскурсией, и практикой боевых искусств. «Путь тхэквондо» знакомит людей со всего мира, занимающихся этим боевым искусством любительски или профессионально, с его исторической и культурной подоплекой. При этом внимание туристов акцентируется не на спортивном содержании, а на истории происхождения и на особом национальном духе этого боевого искусства. Историко-культурную роль проекта «Путь тхэквондо» следует оценивать, учитывая то обстоятельство, что само тхэквондо давно уже воспринимается в Корее в качестве самостоятельного объекта национального культурного наследия.

¹⁵¹ 우수사례 // 한국문화관광콘텐츠개발 / Наиболее успешные культурные туристические продукты // Разработка контента культурного туризма в Южной Корее [Электр. ресурс]. URL: http://www.kcntc.com/renewal/sub03_02.asp?step1-3&step2-2 (дата обращения: 23.09.2019).

¹⁵² 한국문화관광콘텐츠개발 / Разработка контента культурного туризма в Южной Корее [Электр. ресурс]. URL: <http://m.kcntc.com/notice.asp?page-15&code-15-01> (дата обращения: 21.08.2019).

Отмеченные выше программы широко востребованы российскими туристами, посещающими Южную Корею, в том числе и из Приморского края и Владивостока. В 2013 г. доля жителей Приморья составила 56,4% от общего числа российских туристов в Республике Корея. Уровень популярности Владивостока и Приморья среди южнокорейских туристов в России чуть ниже: в 2013 г. 33,4% из них путешествовали по Приморскому краю¹⁵³.

1.3.2. Туристические реалии Южной Кореи в оценке россиян

Благодаря стабильному развитию туристического обмена между Приморьем и Республикой Корея наблюдается ежегодный прирост числа туристов двух стран, и региональные власти считают друг друга важными партнерами в сфере межгосударственного туристического обмена. Большинство прогнозов связано с признанием дальнейшего увеличения туристического обмена между Приморьем и Южной Кореей. Чтобы подтвердить или опровергнуть данный прогноз, нам следует проанализировать факторы, которые оказались значимыми для жителей российского Дальнего Востока при выборе в пользу туристической поездки в Южную Корею.

Для начала рассмотрим влияние ряда факторов, разделив их на несколько категорий: климатические, экологические, политические, социальные, экономические и культурно-исторические. В 2016 г. во Владивостоке автор диссертации провёл социологический опрос, участниками которого стали 72 чел., выезжавшие в Республику Корея с туристическими целями. Каждый пункт опроса оценивался по 5-балльной системе. Согласно полученным результатам, наибольшее влияние на выбор в пользу Юной Кореи оказали экологический фактор (4,8), культурно-исторические факторы (4,5 балла), затем по степени важности идут развитие инновационных технологий (4,3 балла), климатический (4,1 балла), экономические (4,1 балла), социальные: использование свободного времени для

¹⁵³ Рассчитано авт. по статистическим материалам, полученным в Агентстве по туризму Приморского края и на сайте Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития Российской Федерации (см.: Федеральное агентство по туризму (Ростуризм): официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 24.10.2019).

отдыха и досуга и рост доходов населения (4,0 балла), географические (3,7 балла) и политические (3,6 балла) факторы¹⁵⁴.

Самый низкую рейтинговую оценку (3,2 балла) получили политические факторы, полагаем, что на это повлияла нестабильная ситуация на Корейском полуострове, связанная со сложными межкорейскими отношениями и длящаяся уже несколько десятилетий. В действительности же политический фактор следует оценивать намного позитивнее, поскольку его можно рассматривать и как состояние отношений Республики Корея и Российской Федерации, без учёта северо-корейской проблематики. Важным политическим обстоятельством является режим безвизового обмена, введенный с 1 января 2014 г. После этого двусторонний поток туристов существенно возрос, Республика Корея и Россия объявили 2014 – 2015 гг. периодом взаимных поездок, и это тоже стимулировало туристов. Соглашение об отмене виз для взаимного въезда граждан позволяет им находиться на территории России или Кореи без визы на период до 60 дней, чего более чем достаточно для реализации туристических целей¹⁵⁵. В результате поток туристов из Приморского края в Республику Корея в 2014 г. увеличился на 37,9% по сравнению с предыдущим годом и составил 128.236 чел. Число южнокорейских гостей, посетивших Приморский край, увеличилось по сравнению с 2013 г. на 51,6% и составило 28.431 чел. Совокупный показатель туристического обмена Южной Кореи и Приморья в 2014 г. возрос на 40,2% и превысил 150 тыс. чел. Результативность политического решения о введении безвизового режима можно оценить по данным, приведенным в Табл. 7¹⁵⁶.

Кратко проанализируем степень влияния других вышеназванных факторов. Относительно экономических факторов: опрос выявил, что колебания валютного курса (4,3 балла) более существенны, чем увеличение размера личных

¹⁵⁴ См. Прил. А.

¹⁵⁵ 김태영. 무비자협정발효와 러시아 입출국 주의사항 // 코트라 / Ким Тхэён. Соглашение о безвизовом обмене между Россией и Республикой Корея // Корейское агентство по содействию торговле и инвестициям: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/8/globalBbsDataView.do?setIdx=246&dataIdx=134580> (дата обращения: 09.10.2019).

¹⁵⁶ По данным представительства Национальной организации туризма Кореи в г. Владивостоке (данные представлены авт.).

доходов российского туриста (3,9 балла). Анализ экологических факторов показал, что 75% опрошенных максимально (на 5 баллов) оценили влияние стихийных бедствий и инфекционных заболеваний (таких, как птичий грипп, атипичная пневмония и пр.), общий итог по разделу опроса составил 4,8 балла. Климатические условия получили 4,1 балла, а удаленность региона – 3,7 балла.

Таблица 7. Динамика посещения Республики Корея и Приморского края туристами двух стран в 2011 – 2014 гг. (чел.)¹⁵⁷

	Южная Корея → Приморье	Приморье → Южная Корея	Итого посещений
2011	7.578	37.117	44.695
2012	8.583	45.604	54.187
2013	18.749	93.007	111.756
2014	28.431	128.236	156.667

Очевидно, что среди оцениваемых факторов существуют стабильные (мало подверженные изменениям) и весьма переменные позиции. Сегодня мы можем скорректировать полученные данные, исходя из актуализированной оценки переменных факторов: в результате падения курса российского рубля и распространения в Северо-Восточной Азии опасного вида коронавируса число прибывающих в Южную Корею российских гостей несколько снизилось. Неизменным фактором остаётся высокая оценка влияния фактора инновационных технологий (4,3 балла), полагаем, что на неё влияет активное развитие медицинского туризма из дальневосточных регионов в Южную Корею, где можно получить качественную и высоко технологичную медицинскую помощь, остающуюся пока ещё малодоступной для жителей российской периферии.

Медицинский туризм в Южной Корее не ограничивается представлением медицинских услуг, прохождением врачебных осмотров, консультациями или операциями, одновременно с медицинским обслуживанием туристы получают доступ к культурно-развлекательной программе, включая экскурсии и поездки

¹⁵⁷ По данным представительства Национальной организации туризма Кореи в г. Владивостоке (данные представлены авт.).

по стране¹⁵⁸. Согласно данным Корейского института развития здравоохранения, в конце 2013 г. из общего количества посетивших Республику Корея туристов с медицинскими целями первое место занимали граждане КНР, второе – американцы, третье – россияне¹⁵⁹. Общее число туристов, приехавших в Южную Корею в 2014 г. за медицинским обслуживанием, превысило 30 тыс. чел.¹⁶⁰ С точки зрения доходности россияне стабильно остаются на втором месте после китайцев в экономической составляющей медицинского туризма Южной Кореи. Бóльший вклад граждан КНР определяется их числом, но россияне чаще пользуются более дорогими услугами¹⁶¹. Среди гостей из России много пациентов с заболеваниями тяжёлой и средней тяжести, поэтому период их пребывания в Корее (в среднем 12,2 дня) в два раза превосходит средние сроки лечения пациентов-туристов без учёта гражданства (6 – 7 дней)¹⁶².

Многие российские пациенты совмещают лечение в медицинских учреждениях Южной Кореи с туризмом. Наибольшее число медицинских туристов пребывает сюда из дальневосточных регионов: Владивостока, Южно-Сахалинска, Хабаровска и т. д.¹⁶³ Для них важно получить такие услуги, как комплексное обследование, профессиональное консультирование, уточнение или постановка сложных диагнозов, наконец, лечения онкологических, сердечно-сосудистых заболеваний, бесплодия, зубов и т. п.¹⁶⁴ Преимуществом медицинских учреждений Южной Кореи является не только высокий технологический уровень и современных методы диагностирования и лечения, но и очень близкое географическое положение, что даёт возможность уменьшить затраты на переезд и лечение. По общепринятым взглядам, в ближайшей перспективе

¹⁵⁸ 한국의료관광마케팅. 서울, 2016. С. 6-7. / Маркетинг медицинского туризма в Корее. Сеул, 2016. С. 6–7.

¹⁵⁹ Там же. С. 24.

¹⁶⁰ 황우진, 공보경. 한국 CIS 진출가이드. 서울, 2016. С. 4. / Хван Уджин, Кон Богён. Проект по выходу на рынки СНГ. Сеул, 2016. С. 4.

¹⁶¹ UAE환자 5년간 174% 증가 중동, 의료관광시장 '큰손' // 파이낸셜뉴스 / Число пациентов из ОАЭ за последние пять лет увеличилось на 174% // Финансовые новости: новостной портал [Электр. ресурс]. URL: <http://www.fnnews.com/news/201511021757438378> (дата обращения: 13.11.2019).

¹⁶² 2014–2015 한리상호방문의혜게기 러시아관광객전략적유치방안. 서울, 2014. С. 5. / Стратегические пути привлечения российских туристов в связи с объявлением 2014 и 2015 гг. «Годами взаимных визитов» между Республикой Корея и Российской Федерацией. Сеул, 2014. С. 5.

¹⁶³ 서울의료관광 러시아 설명회 결과보고. 서울, 2018. С. 6. / Медицинский туризм в Сеуле, Россия: отчет об итогах информационного совещания. Сеул, 2018. С. 6.

¹⁶⁴ Там же.

медицинский туризм из дальневосточных регионов России в Южную Корею будет расти.

Социальные факторы обеспечиваются ростом доходов населения и использованием свободного времени для организации отдыха и досуга – оценен в 4,0 балла. На такую достаточно высокую оценку влияют российские реалии, прежде всего рост доходов населения, а также благоприятное распределение времени для отдыха и досуга. Останавливаться на влиянии роста доходов нет необходимости. Но возможностям россиян использовать свободное время для участия в туристических поездках следует уделить особое внимание.

В России установлено 14 официальных праздничных дней, ежегодный оплачиваемый отпуск продолжительностью не менее 28 календарных дней (основной оплачиваемый отпуск) предоставляется всем без исключения работникам в соответствии с Трудовым кодексом и другими нормативными актами федерального уровня. Кроме того, законодательством предусмотрен дополнительный оплачиваемый отпуск, продолжительность которого варьируется в зависимости от региона и отрасли, в которой трудится конкретный гражданин. Таким образом, общее количество оплаченных работодателем выходных дней в России составляет не менее пятидесяти 50: 14 (официальные праздничные дни) + 28 (ежегодный основной оплачиваемый отпуск) + дополнительный оплачиваемый отпуск (например, в зависимости от региона, в Приморском крае – 8 дней). Есть категории, у которых он намного больше; иными словами, Россия занимает первое место в мире по количеству установленных законом оплачиваемых выходных и отпускных дней¹⁶⁵, что в существенной мере способствует развитию выездного туризма.

Последний фактор мы определили как культурно-исторический, он относится к категории стабильных и оценен очень высоко 4,5 баллами, уступив лишь экологическому фактору. Данное обстоятельство подтверждает нашу ги-

¹⁶⁵ 러시아, 법정 연차 유급 휴가 및 공휴일이 가장 많은 나라로 밝혀져 // 러시아 포커스 / В России установленных законом ежегодных отпускных и праздничных дней больше, чем в других странах // Фокус на Россию: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20130326179800009> (дата обращения: 14.07.2019).

потезу о преимущественной ориентации российских туристов на культурный туризм, главная цель которого заключается в знакомстве со страной, её культурой и историей. Выбор российских туристов в пользу поездки в Южную Корею означает, что там много интересных историко-культурных достопримечательностей, подходящий уровень сервиса и, главное, предлагается интересующая россиян культурная продукция.

Основной поток российских туристов направляется в Сеул, и этим они мало отличаются от других европейцев, приезжающих в Южную Корею. Рассмотрим наиболее востребованные россиянами столичные туристические объекты. На первом месте по популярности среди русских туристов находится зона рыночной торговли Тондэмун, на втором – культурный район Инсадон, третье место занимает дворец Кёнбоккун, четвертое – телевизионная башня Намсан, пятое – ручей Чонгечхон (пешеходная зона в центре Сеула), шестое – этнографическая деревня «Ханок-маыль».

(1) Зона рыночной торговли Тондэмун – самый известный столичный рынок, сочетающий особенности корейского традиционного рынка и современной торговли. Гордостью Тондэмун являются многолетняя история и сложившиеся здесь торговые традиции; рынок основан в 1970 г. и долгое время оставался крупнейшей в стране торговой зоной. Он и сейчас позиционируется как самый масштабный рынок Южной Кореи, однако перечень предоставляемых здесь услуг вышел далеко за пределы рыночной торговли. В декабре 1985 г. в районе рынка был открыт современный торговый центр «Тондэмун», впоследствии он разросся до пяти самостоятельных универмагов. В них представлен широкий ассортимент корейской продукции хорошего качества по весьма низким ценам. Не только россияне, но и все иностранцы, приезжающие в Сеул, обязательно посещают Тондэмун, ставший настоящей туристической достопримечательностью в сфере экономичного шопинга¹⁶⁶. На Тондэмуне много ресторанов и кафе,

¹⁶⁶ 동대문 // 한국관광공사주한 / Тондэмун // Национальная организация туризма Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: https://korean.visitkorea.or.kr/search/search_list.do?keyword=%EB%8F%99%EB%8C%80%EB%AC%B8&temp=동대문&temp= (дата обращения: 19.10.2019).

можно перекусить у уличных прилавков, познакомиться с колоритным рынком морепродуктов, необычных товаров, востребованных в корейской кухне и т. п. Это место не только коммерческого значения, но и туристического досуга.

(2) Культурный район Инсадон¹⁶⁷ конкурирует с Тондэмуном за популярность среди зарубежных гостей южнокорейской столицы, он открывает иностранцам иное лицо Сеула, города культуры и искусств, который привлекает внимание мировых знаменитостей, таких как королева Великобритании Елизавета II, осмотревшая Инсадон в 1999 г.¹⁶⁸ Инсадон – это квартал в центре города, где издавна продавали антиквариат и художественные поделки. Район состоит из широкой главной улицы, от которой ответвляются небольшие улочки с различными художественными галереями и кафе, где преобладает национальная еда¹⁶⁹. Иностранные туристы приезжают сюда поглазеть на выставленные на продажу изделия художественного промысла, зайти в антикварные лавки, ближе познакомиться с корейской культурой и традиционными ремёслами, приобрести в магазинчиках, оформленных в традиционном стиле, старинные предметы, сувениры и произведения современного искусства. По многочисленным отзывам, Инсадон – это место, где можно в самом сердце современного столичного города почувствовать красоту корейских традиций.

(3) Дворцовый комплекс Кёнбоккун – одна из пяти королевских резиденций, сохранившихся в Сеуле. Он особенно выделяется своими масштабами и красотой архитектуры. Западную часть комплекса занимает Национальный музей, объединивший в соей экспозиции исторические, художественные и этнографические материалы о Корее, здесь выставлены также сохранившиеся реликвии королевского дома государства Чосон, в частности монарший трон и паланкин¹⁷⁰.

¹⁶⁷ 인사동 // 한국관광공사주한 / Инсадон // Национальная организация туризма Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: https://korean.visitkorea.or.kr/search/search_list.do?keyword=인사동&temp= (дата обращения: 02.10.2019).

¹⁶⁸ 영국여왕 인사동방문 // 연합뉴스 / Посещение королевой Елизаветой II района Инсадон // Рёнхап новости: новостной портал [Электр. ресурс]. URL: <https://news.v.daum.net/v/M0GHCwymVD?f=p> (дата обращения: 02.10.2019).

¹⁶⁹ 인사동 // 한국관광공사주한 / Инсадон // Национальная организация туризма Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: https://korean.visitkorea.or.kr/search/search_list.do?keyword=인사동&temp= (дата обращения: 02.10.2019).

¹⁷⁰ Visit Seoul NET: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: <http://korean.visitseoul.net/attractions/경복궁>

(4) Телевизионная башня Намсан остаётся действующим техническим устройством, но более славится как туристическая достопримечательность Сеула. Строительство башни завершено в июле 1975 г., а в октябре 1980 г. её верхняя смотровая площадка была открыта для всех желающих, здесь же создали панорамный вращающийся ресторан, и сооружение окончательно стало туристическим объектом. Довольно долго являвшаяся архитектурным символом столицы, телебашня Намсан в конце 2005 г. пережила серьёзную инновацию и получила второе название «New Seoul Tower», или проще – NST. В ходе реконструкции на смотровой площадке третьего этажа установили более 30 жидкокристаллических мониторов, с помощью которых можно провести виртуальную экскурсию по современному Сеулу или ознакомиться с основными вехами его 600-летней историей. Ресторан был упразднен, вместо него установили автоматы, торгующие снеками и кофе, зато каждый посетитель получил возможность спокойно пройтись вдоль застекленного кругового барьера, наслаждаясь панорамой городского пейзажа, особенно красивый вид на Сеул открывается здесь в вечернее и ночное время¹⁷¹. С 2010 г. в целях продвижения туристической отрасли министерство культуры, спорта и туризма ежегодно определяет знаковое туристическое место Кореи и награждает его «Звездой корейского туризма», лауреатов национального конкурса знает практически каждый житель страны. В 2015 г «Звездой корейского туризма» стала NST – башня Намсан¹⁷².

(5) Ручей Чонгечхон, когда-то занимавший центральную часть древней столицы, прославился как символ обновлённого Сеула. Много усилий пришлось приложить местным властям, чтобы превратить запущенный, грязный и дряхлый район, который старались скрыть от посторонних глаз, в туристическую витрину города. Корейцы очень любят пешеходную зону Чонгечхон, стараются хоть на несколько минут прийти сюда во время короткого обеденного перерыва, особенно многолюдно здесь вечерами и в праздничные дни. Ино-

[/72?sortOption%20-%20tripadv_%20score%5ED&curPage%20-%201](#) (дата обращения: 23.08.2019).

¹⁷¹ Visit Seoul NET: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: <http://korean.visitseoul.net/attractions/N서울타워> /36 (дата обращения: 23.08.2019).

¹⁷² 한국을 빛낸 11 개의 별. 서울, 2014. С. 3. / 11 звезд корейского туризма. Сеул, 2014. С. 3.

странцы также считают Чонгечхон популярным туристическим местом, обязательно посещают его, чтобы полюбоваться каскадами фонтанов, водопадов, оригинальными прогулочными дорожками, мостиками, перекинутыми через ручей, который постепенно на своём пути к Хангану (крупной реке, на которой стоит Сеул), превращается в небольшую реку. Зарубежным гостям интересно понаблюдать и за местными жителями, оставившими привычную для сеульцев суету и озабоченность и мирно отдыхающими на тенистых берегах Чонгечхона.

(6) Особенно привлекает отечественных и зарубежных туристов этнографическая деревня «Ханок-маыль», ставшая настоящим музеем под открытым небом и заповедником этнографических традиций Кореи. Здесь собирают и берегут реальные остатки старины, хранящие память о традициях жизни и быта корейцев с самых древних времён до начала XX в., особый акцент сделан на атмосфере королевства Чосон XVII – XVIII вв. Благодаря хорошему технологическому оснащению, удачной компоновке опытно-демонстрационных центров, обилию традиционных ресторанчиков, возможности отдохнуть внутри традиционных корейских домов, посетители могут провести здесь весь день, не чувствуя усталости и не теряя интереса к экспозиции¹⁷³.

Второй опрос, проведенный автором диссертации, охватил 200 российских туристов, посетивших Южную Корею в 2016 г. Анкета состояла из восьми пунктов: возраст; форма путешествия; срок путешествия; виды деятельности во время туристической поездки; проблемы, которые требуют решения; расходы во время путешествия; купленные сувениры или список произведенных покупок; популярные блюда и особенности корейской кухни. Проанализируем основные результаты анкетирования.

Одной из наиболее востребованных форм путешествия приморцев в Южную Корею является самостоятельный индивидуальный туризм, предусматривающий отказ от услуг туроператора и самостоятельное решение всех организационных вопросов. Именно так поступили представители самой массовой

¹⁷³ Корея: путеводитель. Сеул: Национальная организация туризма Кореи, 2015. С. 71.

возрастной группы из числа опрошенных – в возрасте от 30 до 40 лет, меньшую самостоятельность проявляет туристическая молодежь от 20 до 30 лет, и практически редко полагаются на себя, а не на агента туристы старшего возрастного диапазона от 40 до 50 лет¹⁷⁴. Причина популярности самостоятельной поездки кроется не только в стремлении оказаться более независимым, но и в элементарной экономии средств. В последнее время даже туристические компании вынуждены с этим считаться и предлагают «промежуточный» вариант, когда нанятые ими корейские гиды сопровождают туристов из аэропорта в отель, помогают с размещением и прощаются с клиентами до обратной поездки в аэропорт, иными словами туроператор нанимает их для встречи в день прибытия, размещения и проводов последний день, в остальное время туристы свободно путешествуют сами по себе. Такая форма организации сегодня является наиболее востребованной после совершенно самостоятельного варианта.

В большинстве случаев, организуя самостоятельную поездку или соглашаясь на минимальное участие туроператора, туристы из России и Приморья предпочитают пользоваться информацией из различных социальных сетей, в запоенных блогами о путешествиях в Южную Корею. Отзывов россиян о поездках в Сеул очень много, не сложно найти их практически по каждому столичному отелю или туристической достопримечательности. Немало здесь и впечатлений о корейских реалиях: от характеристики национальной кухни до ассортимента в популярных центрах шопинга, от известных туристических мест до впечатлений от местных и зарубежных поклонников массовой культуры и музыки К-поп¹⁷⁵. В блогах даются весьма полезные советы: описание способов пользования общественным транспортом, наиболее востребованных туристических маршрутов, практические рекомендации желающим приобрести корейские товары¹⁷⁶. Многие любители самостоятельных путешествий

¹⁷⁴ См. Прил. Г.

¹⁷⁵ Пикник по-корейски: как корейцы ходят на пикники? [Электр. ресурс]. URL: [https://www.youtube.com/results?search_query=Пикник+по-корейски%3A+как+корейцы+ходят+на+пикники%3F+\(дата+обращения: 12.11.2019\)](https://www.youtube.com/results?search_query=Пикник+по-корейски%3A+как+корейцы+ходят+на+пикники%3F+(дата+обращения: 12.11.2019)).

¹⁷⁶ Южная Корея. Сеул. Метро. Как ездить на метро [Электр. ресурс]. URL: [https://www.youtube.com/results?search_query=Южная+Корея.+Сеул.+Метро.+Как+ездить+на+метро+\(дата+обра-](https://www.youtube.com/results?search_query=Южная+Корея.+Сеул.+Метро.+Как+ездить+на+метро+(дата+обра-)

опираются на информацию блогеров, поскольку она исходит из их личного опыта и понятна и полезна соотечественникам при составлении плана индивидуальной поездки. Сразу же отметим, что не следует абсолютно доверять подобной информации, её следует перепроверить в более надёжном источнике или, хотя бы сопоставить мнение нескольких авторов туристических блогов. Более того, жители Владивостока и Приморья имеют возможность безвозмездно воспользоваться источником гарантированно надёжной туристической информации, которую можно получить в представительстве Национальной организации туризма Кореи.

Опрос показал, что значительную долю расходов туристы направляют на оплату проживания, питания и на покупки. Приморцы активно покупают в Южной Корее одежду, косметику, портативные электронные устройства, а также искусственно выращенный красный корейский женьшень и продукцию из него. В большинстве своём они приезжают в Сеул на 7 – 8 дней. Данные нашего опроса позволили подсчитать, что примерно 25 час. от общего активного времени (не включающего периодов сна, транспортных перемещений) пребывания туристы проводят в местах отдыха и развлечений, 20 час. – за дегустацией корейской еды, на культурную программу приходится примерно 12 час.

С таким раскладом времени не совсем коррелируют ответы на вопрос о том, чем бы российский турист хотел заняться в Южной Корее: на первое место вышел обзор природных ландшафтов и активный отдых на природе, на второе – посещение концерта звезд «корейской волны», гастрономический туризм, т.е. знакомство с национальной кухней оказался на третьем месте, на четвертом – посещение музеев и художественных галерей, на пятом – посещение культурных и этнографических фестивалей. Получается, что при определении целей поездки русский турист отдаёт предпочтение культурным мероприятиям: 2-е, 4-е и 5-е места в рейтинге опроса, но реально, оказавшись в Корее предпочитает «разнообразить» их природой и кулинарией. Тем не менее, даже признав отсут-

ствие чёткой корреляции между планами и реальностью, мы вынуждены признать, что интересы российских туристов нацелены на ознакомление с корейской культурой, частью которой является и гастрономический туризм. Ещё раз подчеркнём: выезжая в Южную Корею, россияне тяготеют к культурному туризму¹⁷⁷.

Прочное положение корейской кухни в системе туристических ориентиров российских путешественников заставляет нас обратить внимание на еду, которая их максимально заинтересовала. Анкета даёт нам такую возможность; опрос указал на гастрономические предпочтения приморских туристов в Южной Корее, они таковы (по степени уменьшения популярности): (1) пибимпап (варенный рис обжаривается вместе с различными овощами, мясом, яйцом и приправляется острой соевой пастой); (2) пулькоги (заранее промаринованная в сладком соусе говядина, обжаренная на открытом огне, благодаря сладкому маринаду и отсутствию острого перца это блюдо подходит всем туристам, даже детям и старикам); (3) курица и овощи в кляре, обжаренные во фритюре; (4) самгёпсаль (похожее на пулькоги блюдо, но из свинины с прослойками сала, кусок мяса заворачивается в листья салата или кунжута). Это то, что нравится всем без исключения приморским туристам.

Обращает на себя внимание отсутствие в данном перечне «маркёров» корейской национальной кухни – кимчхи и других острых блюд. Полагаем, что острые блюда в целом не подходят россиянам, как и всем европейцам. С кимчхи ситуация иная: кимчхи для жителей Приморского края – еда привычная, а для многих, чуть ли, не повседневная. Россияне–дальневосточники познакомились с ней более ста лет назад и включили в свой рацион по примеру корейских мигрантов, обосновавшихся по соседству, поэтому поездка в Корею для них никак не связана с идеей попробовать и оценить кимчхи.

Интерес и удивление туристов из России, но не желание обязательно попробовать их, по данным опроса, вызвали такие экзотические для россиян блю-

¹⁷⁷ См. Прил. Г.

да, как: (1) патпинсу (сладкий десерт из растопленного льда и желе из соевого молока, который употребляется в летнюю жару); (2) поедание живого осьминога (хотя на российском Дальнем Востоке не отказываются от сырых морепродуктов, преимущественно морской рыбы, что очень похоже на корейской хве); (3) пантеги (сваренные со специями куколки тутового шелкопряда, большинство российских туристов с трудом выдерживают даже их специфический запах); (4) макколи (слабоалкогольная рисовая брага крепостью 6 – 7%).

В целом же, корейская кухня приморским туристам понравилась, в их восприятии за редким исключением она не выглядит экзотической, а при условии отказа от чрезмерного использования перца или выше отмеченных диковинок, она почти целиком подходит для русского вкуса.

1.4. Актуальные задачи развития туризма в Южной Корее и пути их решения

Для нашего исследования особо важным был вопрос о трудностях, с которыми в Корее столкнулись приморские туристы. Почти половина опрошенных отметила сложности, возникавшие при использовании общественного транспорта, начиная с покупки билета и заканчивая выходом в нужном месте. Здесь мы сталкиваемся с несоответствием бытовых привычек и условий жизни сеульцев и приморцев. Даже в крупнейших городах Дальнего Востока Хабаровске и Владивостоке система общественного транспорта и способ пользования им намного проще, чем в столице Южной Кореи. Перед туристом встает вопрос, как и где купить билет, дома он привык расплачиваться прямо в автобусе наличными или приобретать проездной документ на крупных остановках. Широкого хождения транспортных карт и более современных технологий оплаты за проезд в большинстве российских городов ещё нет, а в Южной Корее на транспорте не возможно воспользоваться наличностью. Поездка на метро для не имеющего опыта не только российского, но для любого иностранного тури-

ста – чрезвычайно сложное испытание на грани фола, особенно, когда на выходе турникет не откроется, поскольку пассажир ошибся с выбором тарифной зоны при покупке билета на входе, и обратиться не к кому: пассажиры-корейцы спешат, да и трудно понимают, чего от них хочет иностранец, а персонала на перроне или в вестибюле просто нет... Полагаем, что туристическим властям Сеула давно пора придумать решение данной проблемы, например, предлагать в гостиницах иностранным туристам электронные карты со скидкой, которые действовали бы на всех видах общественного транспорта, а в метро не создавали бы проблем с тарификацией зон.

Сложности у приморских туристов возникали также в ресторанах и кафе. В корейской культуре питания есть традиция не раскладывать еду по индивидуальным порциям, а есть многие блюда своей ложкой или палочками прямо из общей посуды. Россияне терпимо отнесутся к нарезанному мясу, овощам, которые нужно взять с общей тарелки своими приборами, хотя привычный им порядок требует использовать для этого отдельный общий прибор (ложку или вилку), которую никто из участников трапезы никогда не поднесёт к своему рту. Но вот есть суп из общей миски своей ложкой или своей вилкой отламывать кусочек от цельной рыбы, лежащей на общем блюде – для них это испытание. В России всегда используются специальные приборы для раскладывания еды по индивидуальным тарелкам.

Многие из российских туристов во время зарубежных поездок скучают по черному хлебу, им не по вкусу сладковатый белый хлеб, который подают в Корее. К тому же, здесь он не сопровождает основные блюда, а подаётся отдельно ближе к окончанию приёма пищи. Особого упоминания заслуживают неудобства, которые испытывают иностранные туристы, вынужденные есть, по корейской традиции сидя на полу за невысоким столиком.

По мнению ряда респондентов, оказавшись в Южной Корее турист решает дилемму: пользоваться своим телефоном и оплачивать весьма накладный тариф или же приложить немалые усилия и попытаться приобрести местную сим-

карту с предоплаченным тарифом, как это делается в европейских странах. Даже если это и получится, тарифы для звонков за рубеж окажутся такими же высокими, и пользоваться местной картой будет так же обременительно, как и своей. Жители Южной Кореи используют сим-карты с оплатой в кредит, но иностранцам, не проживающим в Республике Корея, они не доступны. Конечно, выход есть, например, пользоваться альтернативными коммуникационными сервисами – WhatUp или Wiber, но и туристические ведомства страны могли бы что-то сделать и обеспечить выпуск специальных предоплатных сим-карт для иностранцев, чтобы они на время краткосрочного пребывания в Южной Корее могли пользоваться сотовыми телефонами по приемлемым тарифам.

В целом опрос показал, что приморский турист в Корее меньше всего зависит от воздействия инфраструктурных, бытовых или коммуникативных трудностей, способен успешно и без последствий их преодолеть; вероятно, на этом сказываются высокие адаптивные способности россиян и особенности русского менталитета. Ему удаётся обходить языковые барьеры, спокойно относиться к проблеме культурных различий, иными словами, поддерживать нормальную межкультурную коммуникацию даже в сложных ситуациях.

Наш второй опрос выявил несоответствие между общим восприятием современной культуры Южной Кореи и реальным участием российского туриста в культурных мероприятиях¹⁷⁸. Согласно его результатам, группы К-поп и Boy Bands из Кореи известны и весьма популярны в молодом сегменте туристов (возрастом от 20 до 30 лет), только 2% из них побывали на концертах поп-музыки, находясь в Корее. В качестве причины оказаться от посещения концертов опрошиваемые отметили высокие цены на билеты и сложность их приобретения. В их интерпретации отказ от похода на данное культурное мероприятие был осознанным и вынужденным по двум обстоятельствам: (1) экономического порядка – дороговизна и (2) организационного порядка – сложность с приобретением. Общие расходы молодого туриста на оплату билета в Сеул и обратно,

¹⁷⁸ См. Прил. В.

проживание и питание, оказались сопоставимыми с ценой билета на один концерт. Выбор не в пользу культурного мероприятия оказался объективно обоснованным, тем более что у туриста есть альтернатива живому концерту – просмотр его трансляции или похожих концертов в записи через электронные средства массовой информации.

Более возрастной, состоятельных и готовый к тратам сегмент (свыше 30 лет) в силу своих лет мало интересуется современной музыкой Южной Кореи и даже не планировал посещения подобных концертов. Но и у него были намерения, оставшиеся не реализованными: участники опроса отметили, что им хотелось бы посетить корейские музеи, художественные галереи или побывать в театре (на балете, оперетте, опере), но подобных знаменитых мест мало даже в Сеуле¹⁷⁹. Речь не идёт о малых выставочных формах культурного района Инсэдон или других туристических зон столицы (см. раздел 1.3.), приморские туристы ожидали увидеть в столице Республики Корея что-то подобное Государственному Эрмитажу Санкт-Петербурга, Большому театру, Третьяковской галерее или Московскому Кремлю, но надежды эти не оправдались. Названные историко-культурные объекты России хорошо известны южнокорейским туристам, но, по мнению россиян, подобные мировые гиганты должны быть и в Корее – стране, которая известна тысячелетним историческим наследием и самобытной художественной культурой. Увы, даже Сеул не может оправдать таких ожиданий.

В Южной Корее нет всемирно известных музеев или художественных галерей. Коллекции существующих очень скудны по сравнению с музеями других стран, даже не относящимися к мировой элите. Возможно, этого не следует замалчивать и, тем более, скрывать. Узнавший о такой особенности Кореи, турист из Владивостока всё равно поедет в Сеул, но, будучи правильно информированным, не столкнётся с разочарованием, и планы его поездки будут более реалистичными.

¹⁷⁹ См. Прил. Г.

Тем более, что в Южной Корее, всё же, есть культурные учреждения (музеи и художественные галереи), которые пользуются спросом среди иностранных туристов. Полагаем необходимым назвать несколько наиболее популярных: (1) Музей иллюзий (Trick Eye Museum) – интерактивная экспозиция мировых художественных шедевров, в ней все картины выполнены в 3D, и у посетителей есть уникальная возможность почувствовать себя «внутри» знаменитого произведения искусства. В 2016 г. музей посетили более 200 тыс. чел.¹⁸⁰

(2) В Национальном музее Кореи хранится около 13 тыс. экспонатов, включая бытовые предметы старины, традиционные сельскохозяйственные орудия, музыкальные инструменты и пр.¹⁸¹

(3) Интерес туристов также вызывает Галерея современного искусства «Лиум», которая открылась в 2004 г. и существует исключительно на частные пожертвования, что для Южной Кореи не характерно. Несмотря на название, помимо современного искусства Кореи здесь представлена коллекция традиционной живописи. Галерея активно участвует в международном музейном обмене и нередко выставляет произведения, привезенные из-за границы¹⁸².

(4) Национальный этнографический музей Кореи занимается исследованиями традиционного образа жизни корейского народа и представляет экспонаты бытового и фольклорного наследия¹⁸³.

(5) Национальный музей, расположенный в дворцовом комплексе Кёнбоккун, объединяет в своей экспозиции исторические, художественные и этнографические материалы о Корее.

По состоянию на 2018 г. в Республике Корея работали 873 музея и 251 ху-

¹⁸⁰ 트릭아이미술관, 매주 1만명 외국인이 찾는 한류 미술관으로 인기 // 주간시사매거진 / Музей оптических иллюзий как популярный музей еженедельно посещают 10 тыс. иностранцев // Ежегод. журнал SISA: новостной портал [Электр. ресурс]. URL: <http://www.weeklysisa.co.kr/news/articleView.html?idxno=3098> (дата обращения: 09.10.2019).

¹⁸¹ Visit Seoul NET: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: http://korean.visitseoul.net/attractions/국립중앙박물관_433 (дата обращения: 16.07.2019).

¹⁸² 리움 박물관 // 한국민족문화대백과사전 / 한국학중앙연구소 / Галерея современного искусства «Лиум» // Большой толковый словарь корейского этноса и культуры / Центр науч. ресурсов Кореи [Электр. ресурс]. URL: <http://encykorea.aks.ac.kr/Contents/Item/E0069343> (дата обращения: 05.03.2019).

¹⁸³ Visit Seoul NET: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: http://korean.visitseoul.net/attractions/국립민속박물관_1647 (дата обращения: 16.07.2019).

дожественная галерея¹⁸⁴. Однако информации о них, известной жителям Приморья, явно недостаточно. Музейные объекты Южной Кореи нуждаются в активной популяризации среди потенциальных туристов из России, а также в регулярной рекламе культурно-просветительских мероприятий, организованных на их базе. Источником необходимой информации для приморцев могут стать не только туроператоры, но и представительство Национальной организации туризма Кореи во Владивостоке.

Отсутствием надлежащей информации о культурных мероприятиях отличалась даже Зимняя Олимпиада 2018 г. в южнокорейском Пхёнчхане¹⁸⁵. Игры сопровождались обширной культурной программой, начавшейся ещё в период подготовки к Играм и длившейся до самого их завершения¹⁸⁶. Ежедневно проводилось до 80 культурных событий: концерты, выставки, парады, форумы и прочее, за весь олимпийский период состоялось более 1,9 тыс. мероприятий с участием не только корейских, но и зарубежных деятелей культуры, многих мировых знаменитостей¹⁸⁷. Уже после Пхёнчханской Олимпиады оказалось, что наиболее массовая потенциальная для приезда на Игры в качестве туристов из России аудитория – жители Владивостока и других дальневосточных городов – не была должным образом уведомлена о культурных мероприятиях¹⁸⁸. В частной беседе сотрудник представительства Национальной организации туризма Кореи в г. Владивостоке признал, что в период проведения Игр перед ними даже не ставилась задача ознакомить приморцев и других дальневосточников с программой культурных мероприятий Пхёнчхана, представительство занималось исключительно проблемами транспорта и проезда местных туристов в

¹⁸⁴ 경제지표 // 통계청 / Экономические индикаторы // Национальное статистическое управление Кореи [Электр. ресурс]. URL: http://www.index.go.kr/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=1640 (дата обращения: 26.08.2019).

¹⁸⁵ Пхёнчхан – уезд провинции Канвондо. См.: Корея: путеводитель. Сеул, 2015. С 78.

¹⁸⁶ 한눈에 보는 2018 평창 ‘문화올림픽’- 평창·강릉·인근 도시 즐길 거리풍성 ‘문화올림픽 프로그램 북’ 배포 // 문화체육관광부 / Пхёнчхан–2018; «Культурная Олимпиада» в Пхёнчхане; Каннын и соседние города; «Книга о культурной программе Олимпиады» // Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pMenuCD=0302000000&pSeq=16509&pTypeDept=&pSearchType=01&pSearchWord=&pCurrentPage=1 (дата обращения: 17.08.2019).

¹⁸⁷ [2018 평창 동계올림픽 개막] 날마다 문화가 있고 축제가 되는 문화올림픽 // 전자신문 / [2018; Пхёнчхан; Зимние Олимпийские игры; Открытие] Каждый день Олимпиады – насыщенная культурная программа и фестивали // Электронная газета: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: <http://www.etnews.com/20180208000389> (дата обращения: 19.11.2019).

¹⁸⁸ См. Прил. Г.

Пхёнчхан, к стати, они сами не имели подробной информации о культурной программе Олимпиады.

Плохо сработали и российские коллеги: в Приморском крае в 2017 г. функционировало 270 туристических агентств, примерно 200 из которых находились во Владивостоке¹⁸⁹. В период подготовки и проведения Пхёнчханской Олимпиады на их сайтах размещалась крайне скудная информация. Связанная с культурным сопровождение Игр, во Владивостоке Олимпиада в туристических целях вообще практически не рекламировалась, даже туроператорами, работавшими на южнокорейском направлении.

Чтобы ситуация не повторилась, необходимо наладить и поддерживать тесное информационное сотрудничество туристических агентств Владивостока и других дальневосточных регионов с коллегами в Сеуле, посредником и модератором такого взаимодействия может стать владивостокское представительство Национальной организации туризма Кореи. На начальном этапе оно могло бы взять на себя изготовление части рекламной продукции, создании постеров с рекламой разнообразных культурных акций в Южной Корее. Информацию следует централизованно выставлять и обновлять на сайтах туристических компаний Приморского края, что будет эффективно и выгодно всем участникам информационного обмена, а также востребовано потенциальной аудиторией, поскольку большинство людей, готовящихся к турпоездке, активно пользуется интернет-источниками.

Особых усилий требует взаимная популяризация культурных фестивалей, проводимых в Южной Корее и на российском Дальнем Востоке. Согласно результатам нашего опроса, пятое место в рейтинге выбора продуктов культурного туризма россияне отвели участию в фестивалях¹⁹⁰. Южная Корея и Сеул проводят большое число разнообразных праздников. Во Владивостоке также организуется различные фестивали с большим количеством участников, яркими

¹⁸⁹ Перечень туристических предприятий Приморского края. Владивосток: Национальная организации туризма Кореи, 2017. (неопубл. материалы, предоставлены авт. представительством Национальной организации туризма Кореи во Владивостоке).

¹⁹⁰ См. Прил. Г.

примерами являются День тигра, День города или знаменитый кинофестиваль «Меридианы Тихого». Взаимная популяризация подобных мероприятий позволит привлечь внимание к ним не только местных жителей, но и зарубежных гостей. Они могли бы стать весомой частью туристического обмена между Приморьем и Южной Кореей, что непременно обернётся и политическим, и экономическим эффектом для двух стран.

Подчеркнём, что гражданам Южной Кореи есть чему поучиться у российских соседей с точки зрения отношения к своей фестивальной культуре. Полагаем, что автору диссертации со стороны виднее, насколько отношение к ней россиян отличается от поведения соотечественников. Подобные праздники рассчитаны на местных жителей, туристы – лишь сопутствующая часть фестиваля. Успех мероприятия зависит не только от финансирования и организационных усилий. Жители должны понимать значимость и ценность фестивальной культуры, уметь получать удовольствие от таких мероприятий, гордиться ими. Праздники, не любимы местными жителями, не могут нравиться и приезжим. Если население делится с другими своей территориальной культурой и открыто выражают чувство гордости за неё, то путешественник получает массу положительных эмоций, сопереживает происходящему и относится к нему с живым интересом.

Россияне умеют это чувствовать и не стесняются выражать своего эмоционального отношения к происходящему. Корейцам предстоит этому научиться. Мои соотечественники должны проявлять не показной, а искренний интерес к местным и международным фестивалям, принимать в них активное участие, открыто делиться эмоциями друг с другом и зарубежными гостями. При всём обилии культурных фестивалей и региональных праздников в Южной Корее, практически ни один из них не стал популярным среди иностранцев. Причин этому несколько, назовём наиболее весомые: чрезмерная формализация и заорганизованность, отсутствие необходимого эмоционального фона, пассивно-созерцательная позиция большинства участников, ни местные жители, ни гости

не вовлекаются в основное действие. Самой важной частью любого фестиваля в Южной Корее является музыкальное представление, поэтому нередко внимание организатора и зрителей акцентируется на выступлении артистов, а суть праздника становится косвенным фактором. В последнее время чётко видна нехватка креативности и творческого подхода, праздники устраиваются по шаблонным сценариям, отступать от которых организаторам просто лень, а публике они уже не интересны.

Из фестивальной культуры Кореи исчезает творческое наполнение, а эмоционального фона, подобного Дню тигра во Владивостоке, её всегда не хватало, всё это не позволяет ни местным, ни приезжим не то что проникнуться, а просто прочувствовать дух фестиваля. Выход есть: радикальное обновление фестивальной культуры Кореи, переосмысление концепций, целей и способов организации праздников. Для этого нужен новый творческий потенциал, креативный подход, стимулирование местных жителей к активному участию, внедрение эмоциональных стимулов и многое другое. В любом случае, популярность фестиваля среди зарубежной аудитории – цель вторичная, вернее, это следствие реализации первичной цели – активизация местных творческих ресурсов и интерес населения. Ситуацию с культурными фестивалями в Южной Корее сегодня можно охарактеризовать как качественный застой, решать проблему следует не за счёт бесконечного клонирования праздников и увеличения их количества, а работая с их качеством.

Рассмотрим ещё одно направление культурного туризма, которое, на наш взгляд, могло бы стать полезным для туристического обмена между Приморьем и Южной Кореей. Начнём издалека: в 2004 г. на стадионе «Динамо» в столице Приморского края состоялось единственное сольное выступление южнокорейского певца Со Тхэджи в честь 120-й годовщины установления дипломатических отношений Российской империи и Кореи¹⁹¹. На большом стадионе не было свободных мест, публика поддерживала певца бурными аплодисментами. Со

¹⁹¹ 한려 문화예술 교류 30 년맞아 과거를 돌아보며 미래를 설계하다. 서울, 2018. С. 289. / 30 лет культурного и творческого обмена между Россией и Кореей: взгляд в прошлое, планы на будущее. Сеул, 2018. С. 289.

Тхэджи очень популярен в Южной Корее, но на родине его концерты проходят чрезвычайно редко, попасть на них не возможно. Воспользовавшись случаем, целая армия южнокорейских поклонников приехала во Владивосток, чтобы побывать на концерте Со Тхэджи. Благодаря этому концерт прошел с таким успехом, и Владивосток посетило большое количество туристов.

Данный прецедент следует рассматривать как стратегию, с помощью которой можно увеличить взаимный поток туристов, и особенно – из Приморского края в Южную Корею. Для этого, пригласив в Сеул известную музыкальную группу или певца из центральной России, Европы или США, необходимо широко разрекламировать мероприятие на российском Дальнем Востоке и организовать коллективные выезды туристов целенаправленно на его выступление, с предоставлением гарантированных билетов по приемлемым ценам, подходящего жилья и других услуг.

Участники проведенного нами опроса предлагали включать в традиционные маршруты дополнительные культурно-туристические достопримечательности, чтобы предлагать гостям альтернативные варианты, а не жестко фиксированную схему поездки. Отмеченные выше и некоторые другие затруднения, с которыми туристы сталкиваются во время путешествия, могут повлиять на выбор будущего маршрута не в пользу Южной Кореи, поэтому материалы двух наших опросов могут быть полезными работникам и менеджменту сферы туризма Республики Корея.

Для предоставления россиянам возможности реализовать свои потребности в культурном туризме южнокорейские государственные власти и органы местного самоуправления должны приложить усилия к поиску таких туристических мест и достопримечательностей, которые не только связаны историко-культурным наследием страны, но и будут интересны целевой аудитории – именно российским гостям, которых, например, совершенно бессмысленно везти на место съемок знаменитых телесериалов в стиле «халлю». Особое внимание следует уделить повышению уровня оказываемых услуг, при этом внедре-

ние передовых интерактивных технологий – далеко не самое главное, важнее решить описанные выше проблемы, например, облегчить иностранным туристам процесс пользования сеульским метрополитеном и другим общественным транспортом. Колебание валютного курса также оказывает влияние на развитие туризма, полагаем, что это наиболее значимый экономический фактор, необходимы государственные меры по особому контролю над ценами на товары и услуги, ориентированные на въездных туристов.

Культурный туризм обладает серьёзным преимуществом перед другими его разновидностями, оно заключается в том, что привлечь интерес туриста можно различными мероприятиями и даже не один раз в год. В современном мире туризм становится неотъемлемой частью жизни значительной части человечества – это досуг, безопасное приключение, интересные впечатления и воспоминания от знакомства с новыми странами, людьми, культурами. Туризм стал важным сегментом экономики, приносящим значительную прибыль не только частным лицам и компаниям, но и государству. Он играет немаловажную роль в создании имиджа страны на международной арене и во многом влияет на культурную политику практически каждой страны.

На примере Южной Кореи мы показали, насколько успешно могут использоваться достижения традиционной и современной культуры в целях реализации культурной политики и развития туризма. Мы определили, в каких случаях туризм вызывает у человека положительные эмоции и позволяет приблизиться к истории и культуре другой страны. Все эти положительные моменты концентрируются преимущественно в сфере культурного туризма, который вслед за туризмом медицинским определяет современное положение дел в туристическом обмене между Приморьем и Южной Кореей.

Республика Корея обладает существенными ресурсами и практическим опытом по стимулированию культурного туризма. Вместе с тем, нами выявлены и проблемные стороны в развитии культурного туризма Южной Кореи, по некоторым из них были даны практические рекомендации. Устранение отмеченных

недостатков зависит от органов государственного управления, туристического и смежного бизнеса и, конечно же, от общественности Республики Корея. Перво-степенное значение, на наш взгляд, имело бы создание в стране государственного научно-исследовательского учреждения, нацеленного на комплексное изучение и разрешение проблем туристической деятельности.

ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННЫЙ КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

2.1. Характеристика ресурсной базы

Туристические ресурсы, обеспечивающие развитие культурного туризма и нацеленные на преимущественное удовлетворение познавательных потребностей, можно разделить на две большие группы: ресурсы материальные (природа, культурно-исторические объекты, религиозные и торговые центры и пр.) и нематериальные (фестивали и праздники, форумы, саммиты и другие мероприятия). Приморский край имеет благоприятную ресурсную базу для развития культурного туризма, в которой сочетаются элементы обеих групп. Ему принадлежит ведущее место в Дальневосточном федеральном округе по уровню концентрации культурно-исторических объектов.

2.1.1. Туристические ресурсы материальной группы

Материальная группа туристических ресурсов Приморского края многочисленна и разнообразна: в регионе представлены 184 музейных и галерейных объектов, свыше 2 тыс. памятников истории и культуры, 9 театров, 20 кинотеатров, 2 цирка, 1 океанариум; в крае насчитывается более 60 оркестров, концертных организаций и центров культуры, более 300 досуговых учреждений, около 30 крупных спортивных комплексов, 10 стадионов, 7 специализированных выставочных площадок¹⁹².

Рассмотрим ряд туристических объектов Приморья, уже включенных в культурные туры как объекты для посещения организованными или индивидуальными туристами. Сегодня они составляют основу ресурсной базы края для поступательного развития культурного туризма.

Природные достопримечательности. Наиболее впечатляющим туристическим ресурсом Приморья из группы материальных объектов следует признать

¹⁹² Ворожбит О.Ю., Осипов В.А., Тонких А.И. Конкурентоспособность экономических систем: монография. Владивосток, 2011. С. 43.

его природные достопримечательности, главная из которых – центральная часть горного хребта Сихотэ-Алинь. Сихотэ-Алинь – это основной природный объект края, способным вызвать интерес туристов, приехавших из Южной Кореи в целях культурного туризма. Его посещение, в отличие от других замечательных уголков приморской природы, связано с реализацией не только экологических или рекреационных установок, но и историко-культурных, а также познавательных целей. Этот природный памятник получил международное признание в 2001 г., когда был внесён в перечень мирового природного наследия ЮНЕСКО¹⁹³. Сихотэ-Алинь занимает часть территории Хабаровского и Приморского краёв, имеет общую протяжённость 1.100 км. и на юге максимально приближается к хребту Пэктусанскому (кор. – Пэкгутэган), расположенному в северо-восточной части Кореи.

Обе горные системы имеют очевидное сходство: по геоморфологии, основному составу флоры и фауны, ландшафтному облику. Это единственное место в Северо-Восточной Азии, где на значительных площадях сохранился нетронутый смешанный лес умеренных широт. При этом в силу географических и социально-экономических причин центральная часть Сихотэ-Алиня в меньшей степени изменилась под антропогенным давлением, чем соседние – китайские и корейские – лесные территории. Она обеспечила сохранность уникального сочетания северной таёжной и южной субтропической природы, поэтому здесь одновременно произрастают и обитают представители двух природных зон, особенно наглядно это проявляется на видовом разнообразии фауны. В Сихотэ - Алине она представлена таёжными обитателями, например, бурым медведем, изюбром, соболем, пятнистым оленем, но наиболее славится «южанами»: амурским тигром, дальневосточным леопардом, гималайским (белогрудым) медведем, восточным горалом и др. Регион является крупнейшим ареалом обитания амурского тигра и дальневосточного леопарда – редчайших видов, находящихся

¹⁹³ 유네스코와유산 // 유네스코한국위원회 / ЮНЕСКО и культурное наследие // Корейский комитет ЮНЕСКО: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://heritage.unesco.or.kr/시호테-알린-산맥-중부-지역> (дата обращения: 21.10.2019).

под угрозой исчезновения¹⁹⁴. Россия сумела сохранить и продолжает беречь уникальную природу Сихотэ-Алиня, а соседние страны утратили свои богатства практически к середине XX в. Известно, что издревле одним из сакральных символов Кореи является образ тигра, но последний раз его встречали на полуострове в середине 1940-х гг., вслед за ним исчезли другие крупные хищники: дальневосточный леопард, рысь, медведь, а лиса и волк давно находятся на грани исчезновения¹⁹⁵. Жители Южной Кореи ещё не утратили память о былом разнообразии своей природы, поэтому им интересно побывать в Сихотэ-Алине и своими глазами увидеть природу, знакомую лишь по рассказам представителей старшего поколения. С этой точки зрения, заповедные горы могут стать весьма привлекательным для южнокорейских туристов объектом.

Их интерес к Сихотэ-Алиню, основанный с ностальгическим эмоциональным фоном, можно простимулировать дополнительной информацией, распространение которой не потребует серьёзных финансовых трат: достаточно продублировать на корейском языке уже подготовленную и размещённую в русскоязычном сегменте Интернета информацию и обеспечить её циркуляцию среди южнокорейских туроператоров, например, на паритетной основе в качестве информационного обмена между российским и корейским партнёрами. Информация с сайта может быть продублирована в туристических буклетах и листовках, ещё раз повторим, что всё это должно быть представлено на корейском языке.

Представление потенциальных южнокорейских туристов о Сихотэ-Алине, на наш взгляд, можно расширить сообщив о существовании экологического ареала «Кедровые и смешанные леса субтропической зоны Дальнего Востока», созданного по инициативе Всемирного фонда дикой природы, и Сихотэ-Алинского государственного природного заповедника включающего охраняе-

¹⁹⁴ 백두대간 국제보호지역 등재추진에 관한 연구. 서울, 2012. С. 36. / К вопросу о перспективах регистрации горного хребта Пектутеган как международной охраняемой зоны. Сеул, 2012. С. 36.

¹⁹⁵ 한국의 호랑이 문화와 복원 가능성 기초연구. 서울, 2013. С. 5. / Фундаментальное исследование по проблеме восстановления популяции тигра в Корее. Сеул, 2013. С. 5.

мую морскую акваторию¹⁹⁶. Им будет интересно и полезно узнать, что природоохранный режим здесь введён ещё в 1935 г., что свидетельствует о проявлении экологического «зелёного» мышления у северных соседей почти сто лет назад. Экологическая тематика сегодня чрезвычайно популярна в общественном мнении Южной Кореи, многолетний и результативный опыт самого близкого к ней региона России может привлечь широкое внимание и стать стимулом для развития экологического туризма из Республики Корея в Приморье. Помимо стандартной географической информации о заповеднике (состав территории, площадь, высоты над уровнем моря и т. п.) в обязательном порядке нужно акцентировать внимание на чрезвычайном биологическом разнообразии Сихотэ-Алиня (на территории заповедника произрастает более 1,1 тыс. видов высших растений, в том числе 38 редких и исчезающих видов, например, тис остроконечный, заманиха высокая, элеутерококк, рододендрон Фори и др.; встречаются 342 вида птиц, 8 видов рептилий, 5 видов амфибий, 32 вида пресноводных рыб¹⁹⁷).

Необходимо особо отметить несколько реперных точек, очевидно, что в случае использования туристического потенциала Сихотэ-Алиня таковыми являются гора Пидан и село Красный Яр. Пидан уже сейчас наиболее часто посещаемое место горной системы, она известна корейским специалистам и Ассоциации пеших туристических походов в горы, поскольку её группы там побывали. В селе Красный Яр, расположенной внутри заповедной зоны, проживают представители удэге, одного из коренных народов Дальнего Востока, их история, традиции и современный быт интересуют широкий круг потенциальных туристов из Южной Кореи.

Иными словами, популяризация Сихотэ-Алиня и других природных объектов как цели культурного туризма из Южной Кореи в Приморье потребует минимальных усилий, незначительного объёма дополнительной информации,

¹⁹⁶ 유네스코와유산 // 유네스코한국위원회 / ЮНЕСКО и культурное наследие // Корейский комитет ЮНЕСКО: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://heritage.unesco.or.kr/시호테-알린-산맥-중부-지역> (дата обращения: 21.10.2019).

¹⁹⁷ Гео-Россия: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: <http://rusgeoportal.ru/index.php?r> – 39 (дата обращения: 21.11.2019).

но в обязательном порядке визуализированной и подкреплённой видеорядом, а эффект при этом может оказаться существенным, поскольку объективно южнокорейская аудитория уже заинтересована, и этот интерес нужно только простиимулировать.

Культурно-исторические объекты. В материальной группе туристических ресурсов Приморского края особое положение занимают культурно-исторические объекты, представленные обширным перечнем историко-культурных и археологических памятников. Наиболее значимые из них концентрируются во Владивостоке и его окрестностях.

Крупнейшим историческим и культурным центром Приморского края является город Владивосток. Его архитектурный облик существенно отличается от городов европейской части России и уже в конце XIX – начале XX вв. стал привлекательным для приезжавших сюда гостей¹⁹⁸. Из девяти музейных объектов, существующих на территории края четыре расположены во Владивостоке; остальные пять – это музеи Арсеньева, Партизанска, Лесозаводска, Дальнереченска и пос. Чугуевка (по одному объекту в каждом из названных населенных пунктов, и все они являются филиалами владивостокского Музей истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева).

Крупнейший приморский музей – Музей истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева основан во Владивостоке в 1884 г., а с 1890 г. в нём осуществляется экскурсионное обслуживание туристов на базе постоянной экспозиций и сменных выставок¹⁹⁹. С этого времени Музей им. В.К. Арсеньева становится важным ресурсным объектом для развития культурного туризма в Приморье, его современная коллекция насчитывает 427 тыс. единиц хранения²⁰⁰. До декабря 2019 г. он являлся музеем регионального значения и назывался «Приморский государственный объединенный музей им. В.К. Арсенье-

¹⁹⁸ Памятники истории и культуры Приморского края: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: http://abc.vvsu.ru/books/kraeved_up/page0003.asp (дата обращения: 24.10.2019).

¹⁹⁹ Приморский государственный объединенный музей имени В. К. Арсеньева: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://vladivostok.travel/todo/museum-arseniev/> (дата обращения: 13.05.2019).

²⁰⁰ Печенкина В.А. Краеведение. Приморский край. Владивосток, 2005. С. 23.

ва», в декабре 2019 г. получил федеральный статус и был переименован²⁰¹. В последние несколько лет прослеживается тенденция присвоения региональным учреждениям культуры Приморского края федерального статуса, что свидетельствует о признании их достижений и значимости на самом высоком государственном уровне.

Научный музей Дальневосточного федерального университета (далее – ДВФУ) был основан в 1999 г. к 100-летию высшего образования на Дальнем Востоке. В его составе выделяются четыре постоянные экспозиции: зоологический музей (существующий с 1958 г.), музей редкой книги, музей археологии и этнографии, музей истории ДВФУ. Гордостью фондовых коллекций музея являются раритетные экспонаты, связанные с флорой и фауной Дальнего Востока и Тихого океана, антикварные книжные издания, артефакты древних цивилизаций, собранные несколькими поколениями преподавателей и студентов в Приморье или привезенные из разных стран мира, а также обширный материал по археологии Приморья и этнографии малых народов Дальнего Востока²⁰². По объему и разнообразию выставленных и находящихся на хранении экспонатов Научный музей ДВФУ уступает только Музею им. В.К. Арсеньева.

Музей археологии и этнологии открыт 15 ноября 1979 г. при Институте истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока Академии наук СССР (ныне – Российской Академии наук). Экспозиция музея связана с приоритетными исследовательскими направлениями института, отраженными в его названии: первобытная и средневековая история Приморья и всего российского Дальнего Востока, этнография народов Дальнего Востока. Основу коллекции составляет обширный археологический материал, собранный сотрудниками института на территории всего Дальнего Востока²⁰³.

²⁰¹ Устав Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Музей истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева» [Электр. ресурс]. URL: <http://arseniev.org/wp-content/uploads/2020/01/Устав-федерального-государственного-бюджетного-учреждения-культуры-«Музей-истории-Дальнего-Востока-имени-В.К.-Арсеньева».pdf> (дата обращения: 21.01.2020).

²⁰² Печенкина В.А. Указ. соч. С. 23.

²⁰³ Музей археологии и этнографии Института истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО РАН: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://ihaefe.org/structure/research-departments/museum> (дата обращения: 22.08.2019).

Все три названных музея имеют существенный потенциал для привлечения южнокорейских туристов, он определяется:

- (1) Классическим характером музейных учреждений, принципиально сохраняющимся в России, несмотря на внедрение современных технологий. Этим российские музеи отличаются от подавляющего числа южнокорейских, превратившихся в дворцы хайтека, но утрачивающих атмосферу и саму суть музея.
- (2) Наличием у корейцев чувства «сопричастности» к дальневосточной истории, стимулирующего повышенный интерес к истории, культуре и этнографии коренных народов Дальнего Востока и Сибири. Кроме того, при решении проблемы этногенеза (этнического происхождения) корейцев очевидными становятся близость и взаимное влияние народов, населявших в древности всё пространство Восточной Азии.
- (3) Присутствием в музейных экспозициях обширного бохайского материала, малодоступного в Южной Корее, но очень интересующего корейцев. Официальная историческая наука в Южной Корее определяет Бохай как часть своей национальной истории.
- (4) Возможностью изучить материалы, связанные с жизнью в Приморье корейских переселенцев с конца XIX в., с их трудной и трагической судьбой. Особый интерес вызывает антияпонская деятельность корейских патриотов, эмигрировавших из Кореи на рубеже XIX – XX вв. в период колониального порабощения страны.

Сдерживающим фактором, затрудняющим использование ресурсного потенциала музеев на максимально возможном уровне, является языковой барьер. Он не позволяет корейскому туристу в полном объеме, эффективно и корректно усвоить музейную информацию. Решение данной проблемы во многом зависит от российской стороны.

Четвёртым объектом Владивостока, имеющим музейный статус, является Владивостокская крепость, она давно относится с первостепенным по значимости туристическим объектам приморской столицы. Это целая система взаимо-

связанных фортификационных сооружений, оснащенных артиллерией и другой военно-оборонительной техникой. Особую ценность из них имеют Безымянная батарея, Токаревская батарея, многочисленные отдельные форты с системой подземных железобетонных галерей, Ворошиловская батарея в южной части о-ва Русский. Сохранившиеся сооружения Владивостокской крепости и сектор береговой обороны о-ва Русский признаны памятником истории и военно-оборонительного зодчества федерального значения, давно ставшим одним из наиболее посещаемых туристами экскурсионных мест Владивостока²⁰⁴. Не случайно именно она практически первой в Приморье получила статус музейного учреждения федерального уровня: в сентябре 2019 г. был основан Государственный музей-заповедник «Владивостокская крепость»²⁰⁵.

Крепость может быть интересна корейским туристам не только как пример фортификационных сооружений первой половины XX в., но и как объект, связанный с русско-японской войной 1904 – 1905 гг., оставившей глубокий трагический след в национальной истории Кореи. Наличие такого военно-исторического памятника во Владивостоке является существенным фактором перспективного развития культурного туризма.

К музейным объектам относится уникальная туристическая достопримечательность – подводная лодка С-56, расположенная в комплексе Воинской славы на Корабельной набережной. Владивосток всегда был военным портом и укрепленным плацдармом России на Тихом океане, эта его роль отмечена почетным государственным званием «Города воинской славы»²⁰⁶. Музей «Подводная лодка С-56» принадлежит Тихоокеанскому флоту, в годы Великой Отечественной войны она участвовала в сражениях и уничтожила в полярных морях 14 кораблей противника, за что была награждена орденом Красного Знамени. В 1975 г. лодку доставили во Владивосток, подняли на берег и установили на Ко-

²⁰⁴ Печенкина В.А. Указ. соч. С. 23.

²⁰⁵ Баланов С. «Владивостокская крепость». Первый за Волгой федеральный музей-заповедник появился во Владивостоке [Электр. ресурс]. URL: <https://www.spb.kp.ru/daily/27029.5/4092928/> (дата обращения: 27.09.2019).

²⁰⁶ Владивосток – город воинской славы // Владивосток: официальный сайт администрации города [Электр. ресурс]. URL: http://old.vlc.ru/life_city/culture/70-letie-velikoy-pobedy/vladivostok-gorod-voinskoy-slavy/ (дата обращения: 29.09.2019).

рабеляной набережной²⁰⁷. Внутри неё создали музейное пространство, открытое для доступа туристов. Экспозиция рассказывает о боевом пути С-56, даёт возможность осмотреть отсек управления, торпедный отсек, спальные и рабочие места подводников, сохранённые в первоначальном виде. Редчайший город в мире может похвастаться подобным туристическим объектом, в Тихоокеанской Азии – только Владивосток. Уникальность музея «Подводная лодка С-56» – общепризнанный факт, существенно влияющий на туристическую привлекательность Владивостока. Его посещение даёт южнокорейским гостям возможность не только реализовать познавательные цели культурного туризма, и испытать непривычное эмоциональное воздействие, основанное на ощущениях новизны и яркости. Подчеркнём, что позитивное эмоциональное восприятие – это важная составляющая успеха любой туристической программы. Эмоциональное воздействие усиливается на выходе из подводной лодки, когда экскурсанты оказываются у второго элемента комплекса Воинской славы – Стены памяти. И здесь снова встаёт проблема перевода; очень важно, чтобы гид адекватно и эмоционально рассказа о её глубоком символизме: скорби, гордости и памяти горожан о 7 тыс. владивостокцев, погибших в годы Великой Отечественной войны. Только тогда, проходя мимо третьего элемента комплекса – мемориала «Боевая слава Тихоокеанского флота», корейский турист по-настоящему ощутит, что чувствуют россияне, глядя на Вечный огонь. Корейская нация тоже является жертвой Второй мировой войны, помнит о страданиях гражданской войны на Корейском полуострове в 1950 – 1953 гг., и нам хотелось бы передать эту скорбную память подрастающим поколениям так, как это делается в России. На примере комплекса Воинской славы на Корабельной набережной Владивостока наглядно проявляется возможность трансформации познавательной функции культурного туризма в воспитательную.

Во время прогулки по Корабельной набережной зарубежные туристы могут получить ещё одно сильное впечатление, познакомившись с исторически

²⁰⁷ Приморье: современный путеводитель. М., 2016. С. 85.

сложившейся во Владивостоке традицией отмечать полдень пушечным залпом. Это ещё одно яркое впечатление от поездки и урок бережного отношения к своей истории, который приморская столица может подарить южнокорейским гостям.

Помимо музеев в приморской столице много других памятных мест, ставших туристическими достопримечательностями, отметим лишь самые показательные в восприятии корейских туристов:

(1) Памятник Борцам за власть Советов на Дальнем Востоке и центральная городская площадь неизменно привлекают горожан и гостей города. Это самый крупный из Владивостока и очень значимый, особенно для туристов из Кореи. Дело не в том, что он призван увековечить память о людях, отдавших жизнь за установление здесь советской власти. У гражданина Республики Корея эта информация вряд ли вызовет эмоциональный отклик, но, если гид объяснит, почему центральная скульптура в композиции стоит спиной к городу, эмоции будут обеспечены. Монумент окажется созвучным исторической памяти корейцев, полвека страдавших от японской интервенции. После осмотра памятника можно получить дополнительную эмоциональную подпитку, но это случится лишь при условии, что на площади проводится какое-либо массовое мероприятие, праздник или работает традиционная ярмарка. Многих корейцев на ярмарке привлекает возможность отведать свежий инжир, остающийся в Южной Корее недоступной экзотикой.

(2) Памятник Юлу Бриннеру не только любимая достопримечательность многих туристов, но и гордость местных жителей: будущая звезда Голливуда, оscarоносный Юл Бриннер родился во Владивостоке в 1920 г. При желании можно осмотреть дом, в котором он вырос, это здание бывшего Дальневосточного морского пароходства на ул. Алеутской²⁰⁸. Памятник актеру стал культовым для участников международного кинофестиваля «Меридианы Тихого», не который приезжает немало зарубежных звезд.

²⁰⁸ 이승은. 인조이러시아. 서울, 2018. С. 209. / Ли Сынын. Наслаждайтесь Россией. Сеул, 2018. С. 209.

(3) Ещё одно имя, увековеченное во Владивостоке памятником, будет интересно корейским туристам: Изабелла Бишоп. Скульптура установлена на ул. Светланской вблизи городского Почтамта; изящная женская фигурка сбегает вниз по лестнице с письмом в руке, вероятно, чтобы отправить его на родину. Сколь необычен памятник, столь же неординарна судьба его прототипа. Родившись в Англии, Изабелла Бишоп многие годы провела вдали от европейского дома, путешествовала, занималась литературным творчеством, а конец жизненного пути встретила в США. Где-то посредине этой истории, на рубеже XIX – XX вв. она совершила четыре длительных поездки по Корее, издала замечательную книгу о ней «Коре и её соседи», а потом несколько лет провела во Владивостоке, написав настоящий роман в письмах, основным героем которого стал Владивосток в самом начале XX в. К сожалению, далеко не каждому корейцу известно это имя, и опытному гиду будет о чем рассказать и чем удивить корейских туристов. А потом можно подняться вверх по лестнице и полюбоваться удивительным деревянным домиком, в котором жила И. Бишоп.

(4) Арка цесаревича Николая на улице Петра Великого, установленная в его честь пребывания во Владивостоке в 1891 г. по окончании кругосветного путешествия²⁰⁹. Туристу из Южной Кореи интересно будет взглянуть на необычное архитектурное сооружение, но не менее интересным окажется и рассказ о том, как будущий император Николай II получил опасное ранение, находясь в Японии.

(5) Самыми востребованными достопримечательностями Владивостока и ряда других районов Приморья с точки зрения интереса туристов из Южной Кореи, по понятным причинам, являются памятные места, связанные с пребыванием соотечественников: экономических переселенцев и политических эмигрантов. В крае и его центре таких немало, многие из них отмечены памятными знаками у уже давно стали целью настоящего паломничества корейских туристов. Это Корейская слободка во Владивостоке, «старая и новая деревня», как их называют в

²⁰⁹ Приморье: современный путеводитель. М., 2016. С. 49.

Корее, мемориальный знак в честь Ан Джунгына, наиболее прославившегося деятеля антияпонского патриотического движения, сохранившиеся материальные свидетельства о проживании и хозяйствовании корейцев в Уссурийске и приграничных с Кореей районах Приморья. О значении и возможностях данного ресурсного потенциала Приморья для развития въездного туризма из Южной Кореи речь пойдёт в дальнейшем.

Вслед за музеями и памятными местами культурно-исторические объекты Владивостока дополняются художественными галереями и другими зрелищными достопримечательностями. Отметим две художественные галереи:

(1) Приморская государственная картинная галерея открыта в 1966 г., основу коллекции составляют 1.140 произведений изобразительного искусства, преимущественно картины, которые до создания галереи принадлежали Приморскому краеведческому музею им. В.К. Арсеньева. Примечательно, что в 1930-е гг. более 200 произведений русского и западноевропейского искусства были переданы во Владивосток Третьяковской галереей, Государственным Эрмитажем, Русским музеем и другими центрами культуры и искусства европейской части России²¹⁰. Они и сегодня составляют центральную часть фондов галереи. Также, как и названные выше музеи, Приморская государственная картинная галерея сохраняет свой традиционный характер, и это может привлечь внимание корейского туриста. Речь идет не о содержании, а о форме организации выставочного пространства и подаче произведений искусства в классическом галерейном варианте. В собрании галереи есть полотна мастеров с мировым именем, но далеко не самые известные из их творений. Тем не менее, и в случае с картинной галереей есть возможность вызвать интерес корейского туриста. В последние годы в сотрудничестве с ведущими художественными музеями России здесь практикуют такую форму как «выставка одного шедевра», когда Третьяковской галереей, Эрмитажа или Русского музея на определённый срок привозится и выставляется подлинный шедевр русской или европейской живописи. Если забла-

²¹⁰ Приморская государственная картинная галерея: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://primgallery.com/history/> (дата обращения: 27.09.2019).

современно информировать о подобной акции заинтересованные учреждения Южной Кореи, можно надеяться на приезд оттуда некоторого числа туристов с определенной целевой установкой: посетить подобную выставку.

(2) Галерея современного искусства «Арка» основана в 1995 г. по частной инициативе. В ней выставляются картины и фотографии известных художников Приморского края. Экспонаты галереи регулярно участвуют в международных выставках «Арт-Майами», «Арт-Шанхай», в других художественных мероприятиях, проходящих в Европе, США, Корее, Китае, Японии. За год в «Арке» выставляется более 200 работ современных авторов²¹¹.

Одной из достопримечательностей города стал Дальневосточный федеральный университет, изолированный кампус которого расположен на о-ве Русский, это самый большой вуз на Дальнем Востоке и один из наиболее знаковых университетов России. Он является правопреемником Восточного института, основанного в 1899 г. и имеет 120-летнюю историю²¹². ДВФУ сочетает свойства историко-культурного, образовательного и природного туристического ресурса, последнее объясняется тем, что в кампусе созданы красивейший ландшафтный парк и замечательная Университетская набережная, ставшие излюбленным местом отдыха горожан и туристических экскурсий.

Во Владивостоке широко представлены культурные объекты, удовлетворяющие широкий спектр запросов на зрелищные мероприятия: театры, кинотеатры, Океанариум, цирк и многое другое. Все они обеспечивают ресурсную базу туризма с точки зрения организации досуга и культурных развлечений. Количество и разнообразие подобных объектов наряду с экскурсионными маршрутами позволяют обеспечивать интенсивную программу для организованных и самостоятельных туристов, приезжающих во Владивосток из Республики Корея. Заострим внимание на нескольких из них, способных вызвать особый интерес корейского путешественника.

²¹¹ Галерея «Арка»: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.arkagallery.ru/about.htm> (дата обращения: 27.11.2019).

²¹² История ДВФУ [Электр. ресурс]. URL: <https://www.dvfu.ru/about/history/> (дата обращения: 14.11.2019).

(1) Мариинский театр (официальное название – «Приморская сцена Мариинского театра») стал визитной карточкой культурной жизни Владивостока. Это филиал знаменитого Мариинского театра г. Санкт-Петербурга, созданный в 2016 г. на базе Государственного Приморского театра оперы и балета. Характеризуя театр можно рассказать, что он спроектирован по образцу оперного театра в г. Коян (провинция Кёнгидо, Республика Корея), что он уникален с точки зрения технического оснащения, является одним из самых современных в России и АТР²¹³. Ещё более примечателен принцип формирования музыкальной, артистической и балетной труппы: участники подбираются под конкретный проект – постановку балета, оперы или театрального спектакля. Следующая постановка может осуществляться иным коллективом. Это даёт возможность приглашать российских и мировых звёзд, чем приморская Мариинка уже прославилась не только на российском Дальнем Востоке, но и среди зарубежной аудитории. Наличие в приморской столице такого уникального культурного объекта, обеспечивающего концертно-театральную деятельность мирового уровня, является весомым аргументом для выбора маршрута туристической поездки в пользу Владивостока. Есть все основания считать его дополнительным ресурсным преимуществом с точки зрения развития культурного туризма.

(2) Приморский Океанариум открыт в 2016 г., является научно-образовательным комплексом, реализующим программу ознакомления зрителя с морской и океанической природой, флорой и фауной. Приморцы гордятся этим культурно-познавательным объектом, полагаем, что для этого есть веские основания, но мы бы не стали переоценивать его значимость с точки зрения туристического ресурса для въездного туризма. Поскольку Владивосток ориентирован на въездной туризм преимущественно из соседних восточноазиатских стран, следует учесть, что в Китае, Японии и Южной Корее океанариумы и связанные с ними туристические услуги давно перестали быть диковинкой. Приморский Океанариум может выделяться своими масштабами, техническим

²¹³ Мариинский театр. Приморская сцена: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: https://prim.mariinsky.ru/about/about_the_theatre (дата обращения: 14.01.2020).

оснащением, богатством коллекций, и это, действительно, делает его интересным туристическим объектом, азиатские туристы посетят его с удовольствием. Но стать основной целью поездки во Владивосток рядового туриста из Южной Кореи, Китая или Японии ему вряд ли удастся. Иное дело ресурсная роль Приморского Океанариума для развития внутреннего туризма, здесь у него в России конкурентов нет.

(3) В отличие от Океанариума высоким ресурсным потенциалом для развития въездного туризма обладает проект игровой зоны в бухте Муравьиная, расположенной в дальнем пригороде Владивостока. Реализация масштабного проекта началась открытием в 2018 г. развлекательного центра «Маяк», включающего в себя аквапарк, небольшой музей, казино «Tigre de Cristal Hotel & Resort 5*» и другие развлекательные услуги. В 2019 г. введен в действие следующий этап проекта – комплекс «Селена», в котором построено второе казино. В дальнейшем ожидается значительный рост спроса на его услуги среди иностранных туристов, а к 2022 г. планирует завершить проект, создав общую игорную зону из семи курортных комплексов. Не вступаю в дискуссию, насколько правильно считать игровой туризм разновидностью туризма культурного, признаем, что для Приморского края это весьма перспективный вариант развития ресурсной базы въездного туризма в целом. При благоприятном развитии ситуации он привлечёт гостей из Южной Кореи, Китая и Японии; разумеется, это будет специфическая аудитория, но экономический эффект от её приезда в Приморье может оказаться внушительным.

Историко-географические объекты. Во Владивостоке находится особый историко-географический объект, который без сомнений можно считать важным туристическим ресурсом. Речь идёт о начальном (для Владивостока) или конечном (если смотреть из Москвы) пункте Транссибирской железнодорожной магистрали. Он стал одним из своеобразных символов приморской столицы. Отметим, что его удачно оформили и вписали в зону Владивостокского железнодорожного вокзала. Транссибирская магистраль и её начальный пункт во Вла-

дивостоке является знаковой культурно-образовательной достопримечательностью, поэтому здесь стремится побывать каждый зарубежный турист, оказавшийся в Приморье. Для корейцев она несёт большую историческую нагрузку: в 1907 г. тайные посланники короля Коджона из Владивостока поездом выехали на Гаагскую мирную конференцию с целью найти защиту международного сообщества от колониальных устремлений Японии. С этого же места прославленный патриот Ан Джунгын отправился из Владивостока в Харбин, где он совершил покушение на жизнь японского губернатора Кореи Ито Хиробум, акт возмездия со стороны Ан Джунгына – одна из вершин антияпонского Сопротивления корейского народа. Транссибирская магистраль связана и с надеждами на лучшее будущее Кореи, что заложено в планах воссоздания единой Транскорейской железной дороги и её соединения с Транссибом.

Туристический потенциал данного объекта подтверждается уже реализованным проектом: в июле 2015 г. более 250 южнокорейских туристов прилетели во Владивосток, чтобы поездом по Транссибирской магистрали с остановками в крупных городах добраться до Москвы²¹⁴. Проект преследовал политические цели, но по форме своей максимально приближался к организованной туристической поездке.

Популярна у корейских туристов улица Адмирала Фокина, на которой расположено множество уютных ресторанов, кафе, торговых точек; здесь подают традиционную русскую еду, в магазинах можно приобрести русскую и региональную сувенирную продукцию. Зона является пешеходной и ведёт к Спортивной набережной, крупнейшему в городе кинотеатру «Океан», нескольким туристическим гостиницам. Гуляя по улице, корейцы получают возможность наблюдать за обыденной жизнью россиян, проникнуться культурой и приблизиться к пониманию другой страны. Особую их любовь получили традиционные блины и пельмени, которые можно отведать в здешних ресторанах, на входе

²¹⁴ 250 корейцев выехали из Владивостока в Берлин на «Поезде дружбы Евразии» // Единая Корея: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: <http://onekorea.ru/2015/07/18/250-korejcev-vyexali-iz-vladivostoka-v-berlin-na-poezde-druzhby-evrazii> (дата обращения: 13.08.2019).

в которые нередко выстраивается очередь. По душе гостям из Южной Кореи появление улица Адмирала Фокина и вблизи неё вывесок, рекламных плакатов, ресторанных меню на корейском языке.

Спортивная набережная, маяк «Токаревская кошка», необычный вид транспорт – фуникулер, видовая площадка на сопке Орлиное Гнездо с замечательной ночной панорамой морской части Владивостока, уникальные мосты на о-в Русский и через бухту Золотой Рог – вот далеко не полный перечень интересных туристических объектов, ставших символами Владивостока.

Религиозные объекты. Религиозные и культовые объекты представляют большой интерес для зарубежных туристов. Используя их ресурсные возможности, туристические агентства разработали ряд экскурсионных маршрутов во Владивостоку и с выездом за его пределы, назовём некоторые из них: «Памятники культовой архитектуры Владивостока», «Православные храмы столицы Приморья», «Монастыри Южного Приморья», «Новый Валаам», «Русский – остров православный».

В Приморском крае насчитывается около 80 храмов и монастырей²¹⁵. Неизменный интерес экскурсионных групп вызывает старейший храм Владивостокско-Приморской епархии Русской православной церкви – Свято-Никольский кафедральный собор, который расположен в измененном и неоднократно перестроенном историческом здании церкви-школы. Он был построен в 1907 г. в память русских воинов, погибших в русско-японской войне 1904–1905 гг.

Важное место в перечне культовых памятников Приморья принадлежит монастырям, на территории края действуют пять православных монастырей: Свято-Троицкий Николаевский мужской в пос. Горные Ключи Кировского района, Южно-Уссурийский Рождество-Богородицкий женский в с. Линевичи Уссурийского района, Марфо-Мариинская обитель милосердия на ст. Седанка во Владивостоке, женский монастырь в честь Казанской иконы Божьей Матери в

²¹⁵ Стреленко Т.Г. Развитие туризма в Приморском крае: хрестоматия. Ч. 1: Современное состояние туристской отрасли Приморского края. Владивосток, 2015. С. 38.

пос. Раздольное, Свято-Серафимовский мужской монастырь на о-ве Русский.

В центре Владивостока взору туристов открываются светящиеся золотые и синие купола Покровского Собора, построенного в 1902 г., но уничтоженного в годы советской власти и восстановленного в 2006 г.²¹⁶ Он является самым большим и интересным в архитектурном отношении православным храмом города. Южнокорейцы любят посещать русские церкви, чтобы почувствовать её колорит и отличие от строгости протестантских церквей. Владивосток обладает необходимым ресурсным потенциалом первичного знакомства иностранных туристов с традициями русского православия.

Торговые объекты. Как и положено крупному городу, Владивосток располагает достаточными для развития культурного туризма ресурсами торговой сферы: большими и малыми, универсальными и специализированными торговыми центрами и точками. Наибольшим спросом зарубежных туристов пользуется крупнейший торговый центр «Седанка-сити», расположенный в ближнем пригороде и ряд меньших по размеру универсальных центров торговли практически в центре города, например, «Игнат» в районе Покровского парка. Не менее популярна торговая пешеходная зона на улице Адмирала Фокина. Полагаем, что нет необходимости останавливаться на их характеристике.

Однако, об одном торговом объекте несколько слов сказать следует. В историческом центре города находится торговый центр ГУМ, построенный в 1864 г. немецкими архитекторами Г. Кунстом и Г. Альберсом. Его история является уникальной в своём роде, в XIX в. в здании находились лавки, торговавшие товарами первой необходимости, в 1930 г. он стал универсальным магазином – ГУМом, а в 2009 г. внутри торгового центра открылся музей, в котором представлена экспозиция об истории ГУМа и его создателях – торговой компании «Кунст и Альберс»²¹⁷. ГУМ, оставаясь на протяжении всего своего существования объектом торговли, обрёл славу как памятник архитектуры и городской ис-

²¹⁶ Приморье: современный путеводитель. М., 2016. С. 83.

²¹⁷ Владивостокский ГУМ // Города России: туристический портал [Электр. ресурс]. URL: http://xn----7sbiew6aadnema7p.xn--plai/attractions_id.php?id=89&id_sity=22 (дата обращения: 07.12.2019).

тории, это символ полуторавековой истории Владивостока и обязательный пункт экскурсионных маршрутов по городу. Оценив историко-культурное значение здания ГУМа, туристы могут воспользоваться его торговыми услугами, приобрести изделия русского искусства, сувениры, модную одежду или отдохнуть и провести время в многочисленных ресторанах и кафе, представленных в обновленном внутреннем дворике строения.

2.1.2. Туристические ресурсы нематериальной группы

Нематериальные туристические ресурсы представлены фестивалями, разнообразными культурными и праздничными мероприятиями, обучающими языковыми и прочими программами (образовательный обмен), они пользуются немалым интересом и спросом у зарубежных туристов, хотя и рассчитаны в значительной мере на местное население. Вся совокупность перечисленных туристических ресурсов нематериальной группы достаточно широко представлена в Приморском крае, но здесь имеется ещё один уникальный по своей сути ресурс, особенно привлекательный для туристов из Южной Кореи. Речь идёт о ресурсе этнографическом.

Этнографический и коммуникационный ресурс. В Приморье широко представлен этнографический ресурс, наделённый признаками не только культурно-исторического материального, но и образовательного нематериального. Край даёт возможность южнокорейским туристам в полевых условиях ознакомиться с жизнью и бытом малочисленных народов Дальнего Востока: удэгейцев, нанайцев, орочей и тазов. По переписи населения 2016 г. их совокупная численность составляла 1.448 чел.²¹⁸ Наиболее интересен корейцам самый малочисленный коренной народ – удэгейцы. Основные места его проживания – Пожарский, Красноармейский, Тернейский и Ольгинский районы приморского края. Из 30 населенных пунктов, где проживают аборигенные народы приморья,

²¹⁸ Приморье: современный путеводитель. М., 2016. С. 29.

только в трёх их численность превышает русское население²¹⁹. В данных этнографических заповедниках сохраняются таежные средства передвижения (собачьи упряжки, лодки-долбленки, широкие охотничьи лыжи, подшитые мехом), промысловые типы одежды и обуви, народная кухня и медицина. Созданы условия для поддержания самобытной языковой и культурной среды.

Причины особого отношения корейцев к этнографии коренных народов Дальнего Востока уже назывались нами в предыдущем разделе при характеристике материальных ресурсов культурного туризма, представленных в приморье. Отмечались (см. раздел 2.1.1.). Отметим лишь, что музейный опыт изучения их культурных традиций может быть усилен и эмоционально закреплён в ходе осмотра объектов реальной жизни, общения с ними, т. е. практического погружения в этнографическую среду. Нигде в мире, кроме Приморского края, больше нет подобных условий для реализации отмеченного нами у корейцев чувства «сопричастности» к истории малых дальневосточных народов. Данный уникальный туристический ресурс Приморья следует активно разрабатывать и использовать в целях привлечения въездных туристов из Республики Корея, а для этого необходим соответствующее информационное обеспечение. Использование рекламных и современных информационных технологий позволит стимулировать уже имеющийся в Южной Корее повышенный интерес к истории, культуре и этнографии коренных народов Дальнего Востока и Сибири. Конечная цель подобных усилий заключается в усилении притока корейских туристов в Приморье и даже формирование целевого сегмента, определяющего основной целью поездки осмотр музейных экспозиций и выезд в поселок с компактным проживанием малочисленного народа.

Не следует забывать и о роли Владивостока и Приморского края как места возможного знакомства с культурой и этнографией европейских народов России. Современное население Приморья – это преимущественно русские, украинцы, белорусы – представители восточнославянских народов (95,5% от общей

²¹⁹ Приморье: современный путеводитель. М., 2016. С. 28.

численности проживающих в крае). Русские, украинцы и белорусы принесли на берега Тихого океана и сохраняют здесь свои бытовые и хозяйственные традиции, календарную, родильную, свадебную, похоронно-поминальную и прочую обрядность, воспроизводят черты материальной культуры (жилища, одежды, пищи). Приморье с конца XIX в. является уникальной зоной этнокультурного контакта²²⁰ народов европейского типа и представителей восточноазиатских этносов. Несмотря на следствия глобализации и переход на новый уровень социально-экономического и технологического развития, проблемы межкультурной коммуникации не исчезают, а в некоторых случаях могут обостряться. В таких условиях Владивосток и Приморский край остаются российским, а в целом – европейским авангардом в Тихоокеанской Азии, обладают неоспоримым этнографическим и даже коммуникационным туристическим ресурсом.

Экскурсии на различные площадки, демонстрирующие национальную культуру русского и других славянских народов, в места сохранения традиций малочисленных коренных этносов – всё это как интегрированный элемент культурного туризма содействует более тесным связям, обмену и взаимному обогащению наших наций, повышает вклад корейцев и россиян в мировое культурное пространство, способствует взаимному сохранению этно-культурного наследия²²¹. Активный туризм обеспечивает знакомство, изучение и сопоставление национальных характеров, ментальности, архетипов, и в этом проявляется его коммуникативный ресурс. Традиции и новации, культурные сходства и различия актуализируются через туристическую деятельность, позволяющую превратить полученные ранее теоретические представления о других странах и народах в коммуникативную практику. С коммуникативной точки зрения, трудно найти в регионе Восточной Азии ресурсную площадку, приближающуюся по своим возможностям к российскому Приморью.

Ресурсный потенциал культурных мероприятий. Этой проблемы мы каса-

²²⁰ Приморье: современный путеводитель. М., 2016. С. 29.

²²¹ Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности. М., 2001. С. 43.

лись неоднократно (см. разделы 1.4. и 2.1.1.), сравнивая возможности эмоционального воздействия на корейских туристов культурных мероприятий и объектов Владивостока и Приморского края. Напомним, что речь шла о праздновании Дня города и Дня тигра во Владивостоке, проведении международного кинофестиваля «Меридианы Тихого» и особой атмосфере памятных мест, связанных с событиями Великой Отечественной войны. Они и некоторые другие культурные, общественно-политические и фестивальные мероприятия определяют состояние данного туристического ресурса в Приморье.

Согласно исследованию агентства «Турстат», произведённого на основе анализа систем онлайн-бронирования отелей, были выявлены наиболее востребованные южнокорейскими туристами города Российской Федерации. Оказалось, что во время празднования Дня Победы в Великой Отечественной войне Владивосток стал четвёртым в этом рейтинге²²². Одна из важных календарных дат России – День Победы 9 Мая – посвящена победе и колоссальным жертвам советского народа в войне с фашизмом. Владивосток в этот день проводит праздничный парад войск и военной техники²²³, и это мероприятие впечатляет зарубежных туристов, но никакими словами не передать их состояния и эмоционального шока (в хорошем смысле!) от шествия «Бессмертного полка» по центральной улице города, особенно, когда они полностью осознают суть происходящего. Степень эмоционального воздействия подкрепляется дальнейшим развитием праздника на центральной площади, Корабельной набережной, в сквере им. Суханова и в других местах города, а завершительным аккордом становятся фейерверком и артиллерийским салютом. «Праздник со слезами на глазах»... Иностранцу, не побывавшему «внутри» событий 9 Мая, трудно понять эту фразу, а, побывав во Владивостоке в эти дни – невозможно забыть.

Полагаем, что в дальнейшем обосновании ресурсного потенциала куль-

²²² Владивосток – в числе самых востребованных городов России [Электр. ресурс]. URL: <http://deita.ru/news/society/06.05.2017/5199284-vladivostok-v-chisle-samykh-vostrebovannykh-gorodov-rossii/> (дата обращения: 07.12.2019).

²²³ 우사연구회. 우사 김규식 통일 독립의 길 가다 3. 서울, 2009. С. 182. / Комитет по изучению борьбы за независимость. Путь к объединению и независимости страны, проделанный патриотом Ким Гюсиком. Т. 3. Сеул, 2009. С. 182.

турных мероприятий Владивостока нет необходимости, поэтому перейдём к следующему нематериальному ресурсу – потенциалу образовательному.

Образовательный потенциал. Еще один ресурс связан с расширением туристической сферы – это языковой обмен, или взаимное изучение языков с целью большего культурного погружения, но в контексте туризма – для обеспечения коммуникативных возможностей. Очевидно, что задача эта двусторонняя, требующая усилий как России, так и Республики Корея.

Факультеты русского языка существуют в двадцати одном университете Южной Кореи²²⁴, но мы особенно выделим только один: университет Чеджу на о-ве Чеджудо. Будучи зоной интенсивного внутреннего и въездного туризма, Чеджудо имеет особое значение для развития отрасли. В 2006 г. здесь была создана языковая школа подготовительного отделения Московского государственного университета. Она находится под совместным управлением Московского международного образовательного центра и университета Чеджудо. Это первое в Корее образовательное учреждение с программой русского языка, нацеленное преимущественно на индустрию туризма и гостеприимства. В перспективе планируется её трансформация в филиал МГУ с более широкими образовательными задачами²²⁵.

Ориентированное на Корею образование во Владивостоке имеет высокий престиж в России, Южной Корее и других зарубежных странах. Владивостокское корееведение стоит у истоков высшего образования на Дальнем Востоке, история которого началась в октябре 1899 г. созданием Восточного института, историческим преемником которого является Дальневосточный федеральный университет. При Восточном институте в 1900 г. началось преподавание корейского языка²²⁶, а сегодня ДВФУ – один из трёх наиболее авторитетных центров

²²⁴ 러시아 문화원 / Русский культурный центр: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: http://kcc_russia.sejonghakdang.org/blog/main.ksif (дата обращения: 23.11.2019).

²²⁵ 모스크바국립대 예비학부 제주 개원 / На острове Чеджу была создана языковая школа подготовительного отделения МГУ [Электр. ресурс]. URL: <http://www.jejusori.net/news/articleView.html?idxno=22070> (дата обращения: 19.11.2019).

²²⁶ Дальневосточный федеральный университет: от Восточного института до наших дней // Администрация Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://www.primorsky.ru/news/134648/?type=special> / (дата обращения: 21.10.2019).

российского корееведения с высокой международной репутацией. Характеристика ДВФУ как важного историко-культурного объекта дана в предыдущем разделе (см. раздел 2.1.1.), поэтому здесь ограничимся указанием на его роль в развитии взаимного туризма Приморья и Южной Кореи.

Помимо университетского, образовательный потенциал представлен и на школьном уровне. Владивосток и Приморье по степени распространения школьных программ с корейским языком уступают только Сахалину, где это направление сохранялось и развивалось на протяжении всего XX в. ввиду компактного проживания большого числа этнических корейцев. Корейский язык появился в школах Владивостока, Уссурийска и других населённых пунктов края с середины 1990-х гг. как ответ на новые запросы, связанные с интенсивным развитием обмена между Россией и Южной Кореей. Во многих учебных заведениях он остаётся факультативной дисциплиной, но в некоторых, например, в средней школе № 28 г. Владивостока включен в число обязательных; начиная с 2007 г. программа дополнена изучением основ корейской культуры и истории, для чего в расписании отводится по 3 час. в неделю на протяжении трёх лет обучения²²⁷. Причём собственно корейский язык начинают учить со второго класса и до самого выпуска. В целом в Приморье действуют почти 20 школ и 4 вуза, которые в качестве основного или второго иностранного языка предлагают корейский²²⁸.

В крае насчитывается более 20 высших и средних учебных заведений с образовательными программами по изучению корейского языка, и это не считая ДВФУ, занимающего особое положение как один из трёх ведущих корееведческих центров России. Приблизительный подсчёт численности приморских школьников и студентов, изучающих корейский язык, даёт впечатляющий ре-

²²⁷ 연해주 첫 한국어 특성화 학교 // YTN / Средняя школа г. Владивостока впервые ввела уроки корейского языка // YTN: новостной портал [Электр. ресурс]. URL: https://www.youtube.com/results?search_query=연해주+첫+한국어+특성화+학교 (дата обращения: 13.10.2019).

²²⁸ Список школ и университетов Приморского края, в которых преподают корейский язык, составлен по данным Владивостокского отделения Корейского культурного центра в 2017 г. Данные предоставлены автору Владивостокским отделением Корейского культурного центра.

зультат: более 3,5 тыс.²²⁹ Но к ней следует добавить дошкольников, начинающих знакомство с корейским языком на уровне детского сада, слушателей и выпускников языковых курсов, открытых для всех желающих, и цифра станет ещё масштабнее.

Рост интереса к изучению корейского языка в Приморье соразмерен тому, как увеличивается приток студентов из Южной Кореи во Владивосток для получения образования в сфере корейского языка и по иным направлениям, представленным в ДВФУ и других местных вузах. И российские, и корейские студенты, а впоследствии бывшие школьники или слушатели курсов, изучавшие корейский язык, нередко находят применение своих знаний в туристической сфере. Помимо развития собственно образовательного туризма (выезда за рубеж для получения или совершенствования образования), данная особенность Приморского края делает его важным образовательным ресурсом межгосударственного туристического обмена, значение которого уже давно вышло за региональные рамки. Подчеркнём ещё одно важное обстоятельство: развитие образовательного ресурса Приморья сказывается не только на культурном и образовательном туризме, но и определяет перспективы туризма делового, а это, в свою очередь, существенный фактор экономического сотрудничества Российской Федерации и Республики Корея.

Подводя итог оценке ресурсного потенциала Приморского края в сфере туризма, назовём его принципиальные характеристики: (1) в Приморье представлен весь спектр ресурсных возможностей, необходимых и достаточных для развития въездного туризма: от уникальных природных памятников до специфических условий игорного бизнеса, от обширного и разнообразного перечня историко-культурных объектов до развитой фестивальной культуры; (2) многие ресурсные объекты края имеют прямую связь с историей и культурой Кореи, что существенно повышает их привлекательность для туристов из Южной Ко-

²²⁹ 11회 한국문화축제 // 연해주한인회 / 11-й Фестиваль корейской культуры // Ассоциация корейцев Приморья: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://homepy.korean.net/~kaprussia1/www/news/consulate/read.htm?bn=consulate&fmldid=1782&pkid=32&board_no=1782 (дата обращения: 19.11.2019).

реи; (3) для привлечения корейских туристов край обладает уникальными ресурсными возможностями: этнографическими, природными и образовательными, которые в меньшей степени или совершенно не присутствуют в других регионах России; (4) туристический ресурсный потенциал Приморья имеет высокую степень территориальной концентрации, поскольку подавляющее большинство его элементов сосредоточены во Владивостоке и его ближайших окрестностях. Такая специфика ресурсного обеспечения Приморского края делает его уникальным регионом с точки зрения перспективного развития въездного туризма из Южной Кореи, а также позволяет удовлетворить запросы и цели широкой туристической аудитории.

2.2. Значение туризма в региональной политике

Проблемами туристического бизнеса в Приморье занимаются отраслевые отделы Департамента туризма Приморского края, входящего в состав краевой администрации. Особое отношение к развитию туризма со стороны современного краевого руководства наглядно иллюстрирует тот факт, что в 2015 г. Департамент международного сотрудничества и туризма администрации Приморского края был разделен на два самостоятельных подразделения с равнозначным статусом: Департамент международного сотрудничества и Департамент туризма²³⁰. Компетенцией муниципального уровня в сфере туризма наделено Управление международных отношений и туризма администрации Владивостока, отметим, что в системе городского управления совмещение функций развития международных связей и туризма сохраняется.

*Компетенция и практическая деятельность краевого уровня*²³¹. Современная структура Департамента туризма Приморского края включает два отде-

²³⁰ Департамент международного сотрудничества и туризма в Приморье разделят на два // PrimaMedia.Ru: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: <https://primamedia.ru/news/396021/> (дата обращения: 01.11.2019).

²³¹ Анализ проведен по материалам официального сайта Департамента туризма администрации Приморского края (см.: Департамент туризма Приморского края: официальный сайт [Электрон. ресурс]. URL: https://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/index_old.php (дата обращения: 10.01.2020).

ла (отдел развития туризма и отдел реализации программ и проектов) и Агентство по туризму Приморского края. Департамент туризма является краевым органом исполнительной власти, осуществляющим государственное регулирование в сфере туристической деятельности и управления игорной зоной «Приморье» в пределах компетенции субъекта Российской Федерации. Основной целью работы Департамента туризма Приморского края является повышение конкурентоспособности регионального туристического продукта на внутреннем и международном рынках, повышение его качества и доступности, обеспечение безопасности туризма в России и за рубежом. Специфической компетенцией краевого Департамента туризма является управление игорной зоной, созданной в Приморье для привлечения въездных туристов²³².

В соответствии с Положением о Департамента туризма Приморского края (утверждено постановлением Администрации Приморского края от 17.11.2014 г. № 460-па) он наделён следующими основными полномочиями:

- определение приоритетных направлений развития туризма на территории Приморского края, в том числе путем поддержки объектов туристической индустрии;
- подготовка проектов нормативных правовых актов, регулирующих сферу туризма и туристской деятельности в Приморском крае;
- разработка и реализация государственных программ, направленных на развитие туризма на территории Приморского края;
- содействие в создании туристских информационных центров;
- аккредитация организаций и объектов туристской индустрии;
- организация и проведение мероприятий по вопросам туристской деятельности на региональном и межмуниципальном уровне;
- реализация мер по созданию системы навигации в сфере туризма на территории Приморского края;

²³² Департамент туризма Приморского края: официальный сайт [Электрон. ресурс]. URL: https://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/index_old.php (дата обращения: 10.01.2020).

- взаимодействие с некоммерческими организациями, осуществляющими деятельность в сфере туризма (ассоциациями туроператоров и др.) по приоритетным направлениям развития туризма, включая обеспечение безопасности, защиты прав и законных интересов туристов;
- разработка мер, направленных на обеспечение дополнительных условий доступности туристской инфраструктуры и услуг инвалидам и маломобильным гражданам;
- мониторинг состояния туристской индустрии и туристских ресурсов на территории Приморского края;
- ведение туристского реестра Приморского края;
- содействие органам местного самоуправления в вопросах туризма;
- подготовка и проведение в пределах компетенции международных мероприятий в сфере туризма на территории Приморского края и за рубежом;
- взаимодействие со средствами массовой информации по формированию положительного имиджа Приморского края, повышению его привлекательности, освещению состояния, проблем и перспектив развития туристской отрасли²³³.

Положением определён ряд специальных полномочий по управлению игровой зоной «Приморье»: организация государственного регулирования деятельности по проведению азартных игр; выдача и отзыв разрешений на проведению азартных игр в игровой зоне; регулирование земельных и имущественных отношений внутри игровой зоны в порядке, установленном действующим законодательством; региональный государственный надзор в области организации и проведения азартных игр²³⁴.

В Положении установлен перечень ежегодных календарных мероприятий, организацией и проведением которых занимается непосредственно Департамент туризма Приморского края: Тихоокеанский туристский форум; Тихоокеан-

²³³ Положение о Департаменте туризма Приморского края (от 17.11.2014 № 460-па). С. 2-4. // Департамент туризма Приморского края: официальный сайт [Электрон. ресурс]. – URL: <https://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/statement.php> (дата обращения: 10.01.2020).

²³⁴ Там же. С. 5-6.

ская международная туристская выставка «Pacific International Tourism Expo» (PITE); конкурс «Лидеры туриндустрии Приморья»; туристический фестиваль «День путешественника»²³⁵.

Оценивая содержание базового нормативного документа Департамента туризма Приморского края, главного регулятора туристической отрасли региона, мы пришли к заключению о содержании региональной политики по развитию туризма:

- формирование имиджа Приморского края как туристского хаба на российском Дальнем Востоке;
- продвижения Приморья как уникального туристского региона;
- всемерное содействие развитию въездного и внутреннего туризма в Приморском крае;
- повышение эффективности и качества обслуживания туристов, рост квалификации, профессионализма и творческой инициативы сотрудников и предприятий туриндустрии;
- позиционирования историко-культурной уникальности края, приобщение жителей и гостей к историческому прошлому Приморья, воспитание патриотизма;
- формирование дополнительных комфортных условий для отдыха и развлечения населения и содействия увеличению туристского потока.

Полагаем нужным обратить внимание на полное соответствие содержания региональной политики в сфере туризма реально существующей ресурсной базе и её некоторым элементам, уникальность которых была отмечена нами в предыдущих разделах диссертации. Таким образом, содержание и принципиальные цели туристической политики краевых властей объективно обоснованы и поэтому есть основания надеяться на их эффективную реализацию.

В рамках тематики нашего исследования остановимся на нескольких

²³⁵ Положение о Департаменте туризма Приморского края (от 17.11.2014 № 460-па). С. 4-5. // Департамент туризма Приморского края: официальный сайт [Электрон. ресурс]. – URL: <https://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/statement.php> (дата обращения: 10.01.2020).

наиболее показательных направлениях практической реализации туристической политики краевых властей Приморья.

(1) Департамент туризма Приморского края проводит ежегодную Тихоокеанскую международную туристскую выставку «Pacific International Tourism Expo» (PITE). Она является наиболее масштабной и самой авторитетной туристической выставочной площадкой стран Азиатско-Тихоокеанского региона в России, как правило, вместе с ней проходит Тихоокеанский туристский форум, главный туристический форум российского Дальнего Востока и АТР. В последние годы PITE воспринимается как интегрированная часть Тихоокеанского туристского форума. Совмещение двух мероприятий было признано удачным и стало традиционным, ещё одна традиция связана с ежегодным определением общей концепции форума и выставки. Так, в 2019 г. она была сформулирована как «Авиация и авиасообщения. Дальний Восток становится ближе», темой 2018 г. стал проект «Восточное кольцо России». Концепция выставки и форума 2020 г. окончательно ещё не сформулирована, но рабочий вариант «Туризм, спорт, отдых» уже озвучен. PITE и форум объединяют ведущие национальные туристические офисы стран АТР, государственные институты туризма, российские и зарубежные туристические компании. Последняя XXIII Тихоокеанская международная туристская выставка и IV Тихоокеанский туристский форум состоялись 24 – 26 мая 2019 г. на базе Дальневосточного федерального университета²³⁶; XXIV Выставка и V Форум назначены на 28 – 31 мая 2020 г.²³⁷

О масштабах Тихоокеанских туристических выставок и форумов даёт представление статистика 2019 г., когда для участия в мероприятиях во Владивосток приехали делегации Вьетнама, Гуама, КНР (провинции Хэйлунцзян и Цзилинь), Малайзии, Республики Корея, Филиппин, Японии, представлявших 177 российских и иностранных компаний, а число посетителей выставки пре-

²³⁶ Департамент туризма Приморского края приглашает принять участие в международной туристской выставке «Pacific International Tourism Expo» [Электр. ресурс]. URL: <http://www.tmb72.ru/content/events/view-178> (дата обращения: 27.04.2019).

²³⁷ Pacific International Tourism Expo / PITE 2020 [Электр. ресурс]. URL: <http://www.totalexpo.ru/expo/4633.aspx> (дата обращения: 22.01.2020).

высило 43 тыс. чел.²³⁸ В рамках Тихоокеанского туристского форума традиционно проводится большая культурная программа: кинопоказы и встречи с российскими актёрами и режиссерами, знакомство с русской кухней и особенностями дальневосточной региональной культуры. Университетская набережная в кампусе ДВФУ стала удобной площадкой для мероприятий фестивального типа: «День путешественника», «Улица Дальнего Востока», «Ресторанная улица». В последние два года украшением Тихоокеанского туристского форума стал кулинарный фестиваль, дающий возможность представить не только традиционную русскую, но и кухни других народов мира.

(2) В 2018 г. Тихоокеанский туристский форум инициировал туристический проект «Восточное кольцо России», ставший важной вехой в развитии въездного туризма на российский Дальний Восток. Его суперидея заключается в создании здесь туристического маршрута, подобного «Золотому кольцу» в европейской части страны. На начальном этапе главный адресат проекта – зарубежные туристы из АТР, но это не означает отказа от привлечения внутренних. «Восточное кольцо России» способно существенно расширить географию экскурсионных маршрутов по российскому Дальнему Востоку, но при этом особенно выиграет Приморье, как распределительный и коммуникационный центр проекта. Именно поэтому «Восточное кольцо России» активно продвигается краевым руководством и Департаментом туризма, напомним, что формирование имиджа Приморского края как туристического хаба на российском Дальнем Востоке – одно из приоритетных положений туристической политики Администрации Приморского края. Идею поддержали Хабаровский край, Еврейская и Чукотская автономные области, Камчатский край, Сахалинская, Магаданская и Амурская области, республики Бурятия и Саха (Якутия), а также Забайкальский край и Иркутская область²³⁹. Таким образом, будучи изначально дальневосточ-

²³⁸ Четвертый Тихоокеанский туристский форум [Электр. ресурс]. URL: <http://ptfrussia.ru/arxiv.html> (дата обращения: 24.11.2019).

²³⁹ Дальневосточным координатором проекта «Восточное кольцо России» стал Приморский край // Официальный сайт администрации Приморского края [Электр. ресурс]. URL: <https://www.primorsky.ru/news/161168/> (дата обращения: 17.06.2019).

ным, проект вышел за его географические и административные пределы.

Конечная цель «Восточного кольца России» – удовлетворение духовных и интеллектуальных потребностей населения и зарубежных туристов через развитие культуры отдыха, формирование туристического сознания, познание разнообразия культур России и создание туристической сети культурного характера по историко-географическому маршруту региона²⁴⁰.

(3) Крупнейшим фестивальным мероприятием, собирающим большое количество зарубежных туристов, является фестиваль V-ROX EXPO. Впервые он был проведен в 2013 г. Это главный музыкальный фестиваль не только Владивостока, но всего дальневосточного региона; он объединяет творческий музыкальный фестиваль и международную конференцию²⁴¹. За пять лет V-ROX EXPO его посетили более 1,5 тыс. известных музыкантов, профессионалов музыкальной индустрии, писателей, исследователей и журналистов из разных регионов России, из Монголии, Грузии, Японии, Республики Корея, КНР, Великобритании, Германии, ЮАР, США, Сингапура и Гонконга²⁴².

V-ROX EXPO служит связующим социальным и культурным звеном для молодежной части российских и зарубежных туристов, приезжающих во Владивосток²⁴³. Участвуя в популярных рок-фестивалях, молодежь наших стран общается посредством универсального языка музыки и рок-культуры. Для молодежного обмена между Россией и Республикой Корея фестиваль V-ROX EXPO может стать серьезной коммуникативной площадкой, объединяющей и взаимно обогащающей молодежный субкультуры двух стран. Основанный на этом союз молодых музыкантов Южной Кореи и Владивостока может породить принципиально новые культурные проекты, скрепить дружбой подрастающие

²⁴⁰ Туристический маршрут «Восточное кольцо России» получит новый импульс к развитию // Министерство культуры Российской Федерации: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://www.russiatourism.ru/news/11081/> (дата обращения: 19.12.2019).

²⁴¹ V-ROX: официальный сайт фестиваля [Электр. ресурс]. URL: <http://vrox.org/about/> (дата обращения: 17.09.2019).

²⁴² Фестивали Приморья – в списке лучших туристических событий России // Официальный сайт администрации Приморского края [Электр. ресурс]. URL: <https://www.primorsky.ru/news/138433/> (дата обращения: 15.10.2019).

²⁴³ Фестиваль V-ROX во Владивостоке [Электр. ресурс]. URL: <https://eng.russia.travel/events/323819/> (дата обращения: 17.09.2019).

поколения и стать новым импульсом для развития молодёжной культуры региона Северо-Восточной Азии.

(4) Не мене важным мероприятием, связанным с развитием межкультурной коммуникации, является Международный кинофестиваль стран АТР «Меридианы Тихого» («Pacific Meridian»), учреждённый во Владивостоке в 2003 г. Он проводится ежегодно в начале осени и остаётся *единственным* дальневосточным кинофестивалем России. Став важной частью регионального культурного обмена стран АТР, «Pacific Meridian» с момента основания объединил более 60 стран Восточной и Юго-Восточной Азии, Северной и Южной Америки и Океании²⁴⁴. В рамках кинофестиваля проводится конкурс полнометражного и короткометражного кино, представлены панорама мирового кинематографа, показы российского кино, короткометражных, документальных и анимационных фильмов, ретроспективы мастеров мирового кино, проводятся семинары, мастер-классы и многие другие мероприятия²⁴⁵. Конкурсная и внеконкурсная программы каждого фестиваля включают в среднем около 200 фильмов различных жанров, созданных режиссёрами разных стран, а не только АТР²⁴⁶, кинопоказы и мероприятия «Меридианов Тихого» ежегодно посещают не менее 50 тыс. зрителей²⁴⁷.

Примечательно, что корейцы знают о владивостокском кинофестивале, относятся к нему с уважением и признательностью. Это объясняется тем, что на «Меридианах Тихого» южнокорейские фильмы дважды получали престижные награды: в 2004 г. художественный фильм режиссера Ким Кидука «Весна, лето, осень, зима... и снова весна», а в 2009 г. фильм «Бездыханный» режиссера Ян

²⁴⁴ 18-й Международный кинофестиваль стран АТР во Владивостоке: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <http://pacificmeridianfest.ru/about/about-us> (дата обращения: 17.10.2019).

²⁴⁵ Меридианы Тихого [Электр. ресурс]. URL: https://festagent.com/ru/festivals/pacific_meridian (дата обращения: 27.11.2019).

²⁴⁶ 17 Международный кинофестиваль стран АТР во Владивостоке [Электр. ресурс]. URL: <http://pacificmeridianfest.ru/about/about-us> (дата обращения: 17.10.2019).

²⁴⁷ Объявлены даты проведения «Меридианов Тихого» в 2018 году [Электр. ресурс]. URL: <http://www.kinoprim.ru/news/obavleny-daty-provedenia-meridianov-tihogo-v-2018-godu> (дата обращения: 25.08.2019).

Икчуна получил Гран-при за лучшую полнометражную картину²⁴⁸.

17 Международный кинофестиваль стран АТР «Меридианы Тихого» прошёл 13 – 19 сентября 2019 г., а 18-й назначен на 12 – 18 сентября 2020 г. С каждым годом во Владивосток съезжаются всё больше фанатов киноактеров и режиссеров разных стран, география его расширяется, а вслед за ней растёт и международный престиж. С ростом авторитета «Pacific Meridian» возникают дополнительные стимулы к зарождению международного кинематографического туризма, сопутствующего самым знаменитым мировым фестивалям.

(5) С 2016 г. в июле – августе проходит ежегодный Международный дальневосточный фестиваль «Мариинский», основной его площадкой является Приморская сцена Мариинского театра. Это яркое культурное мероприятие нацелено на объединение профессиональных исполнителей и любителей классической музыки стран АТР. В фестивале принимают участие ведущие солисты и танцоры Мариинского театра из Санкт-Петербурга, выдающиеся исполнители и талантливая молодёжь из России, Японии, КНР, Тайваня, Республики Корея, Монголии и других стран²⁴⁹. IV Международный дальневосточный фестиваль «Мариинский» проходил 24 июля – 9 августа 2019 г., его программа включала 25 концертов и спектаклей. По оценке региональных средств массовой информации, примерно 25 – 30% билетов на фестивальные мероприятия приобрели туристы из азиатских стран, большинство которых составили любители высокого искусства из Южной Кореи²⁵⁰.

Полагаем, что интерес южнокорейской публики, готовой приехать во Владивосток для встречи с Прекрасным, по мере упрочения мирового и регионального престижа международных фестивалей «Мариинский» и «Меридианы Тихого», будет нарастать. Поездка с такой же целью в Санкт-Петербург или Моск-

²⁴⁸ 17 Международный кинофестиваль стран АТР во Владивостоке [Электр. ресурс]. URL: <http://pacificmeridianfest.ru/about/archive/2004> (дата обращения: 13.04.2019).

²⁴⁹ Топ-10 самых ожидаемых событийных мероприятий 2017 года в Приморье // Официальный сайт Администрации Приморского края [Электр. ресурс]. URL: <https://primorsky.ru/news/123252/> (дата обращения: 29.11.2019).

²⁵⁰ Во Владивостоке завершился международный фестиваль «Мариинский» // Золотой Рог [Электр. ресурс]. URL: <https://rg.ru/2019/08/10/reg-dfo/vo-vladivostoke-startoval-mezhdunarodnyj-festival-mariinskij.html> (дата обращения: 29.11.2019).

ву обходится дороже с точки зрения финансовых расходов, затраты времени и организационных усилий. Путешествие в соседний Владивосток можно совершить с меньшими тратами, при этом получив доступ к столь же качественной культурной продукции, что и в столичных городах. В этом нам видится весьма перспективное направление расширения туристических ресурсов Владивостока и Приморского края.

Отражением политики региональных властей в сфере туризма и несомненным вкладом в развитие туристического потенциала явилось создание в 2014 г. автономной некоммерческой организации «Туристско-информационный центр Приморского края»²⁵¹. Его цель – предоставление информационных услуг в сфере туризма – чётко коррелирует с одной из самых острых ресурсных проблем, о которой мы уже не раз упоминали: слабым информационным сопровождением туристической деятельности и продукции. Деятельность Туристско-информационного центра Приморского края направлена на преодоление информационных затруднений: в 2015 – 2019 гг. он участвовал в сеульской выставке «Korea World Travel Fair», предоставлял отраслевому сообществу и потенциальным туристам Южной Кореи информацию о традиционных и новых маршрутах, о вариантах культурного туризма и отдыха в России²⁵². Ни один другой дальневосточный регион России на протяжении нескольких лет не проявлял к данной выставке интереса, в то время, как её Приморский стенд в 2018 г. посетили более 6 тыс. чел²⁵³. С сентября 2015 г. в международном аэропорту Владивостока на регулярной основе работает агент Туристско-информационного центра Приморья²⁵⁴.

²⁵¹ Туристический портал Приморского края [Электр. ресурс]. URL: <http://tour.primorsky.ru/> (дата обращения: 21.11.2019).

²⁵² Туристский потенциал Приморья презентовали на выставке KOTFA в Сеуле [Электр. ресурс]. URL: <http://prim-travel.ru/2018/06/turistskij-potencial-primorya-prezentovali-na-vystavke-kotfa-v-seule/> (дата обращения: 01.11.2019).

²⁵³ Более 6 тыс. человек посетили стенд Приморья на выставке в Корею [Электр. ресурс]. URL: <https://primamedia.ru/news/511969/> (дата обращения: 07.11.2019).

²⁵⁴ Приморский ТИЦ открыл павильон в аэропорту Владивостока // Ежедневная электронная газета Российского союз туриндустрии [Электр. ресурс]. URL: https://ratanews.ru/news/news_18092015_6.stm (дата обращения: 07.12.2019).

*Компетенция и практическая деятельность муниципального уровня*²⁵⁵.

Управление международных отношений и туризма администрации Владивостока является региональным органом исполнительной власти, осуществляющим государственное регулирование в сфере туристической деятельности в пределах компетенции муниципального уровня. Это структурное подразделение городской администрации, уполномоченное определять и осуществлять политику в области международных отношений и туризма на муниципальном уровне. Основной целью деятельности городского Управления международных отношений и туризма является реализация политики администрации Владивостока в области международных отношений и туризма, направленной на развитие международных и внешнеэкономических связей и сотрудничества, а также туристической отрасли Владивостока. Специфической задачей Управления является организация пребывания в городе Владивостоке иностранных делегаций по линии администрации города и визитов официальных делегаций Владивостока за рубежом²⁵⁶.

Мы не видим необходимости останавливаться на анализе полномочий Управления международных отношений и туризма администрации Владивостока в сфере туризма и определять содержание и цели его культурной политики. В противном случае нам пришлось бы дублировать начало текущего раздела диссертации, где была приведена информация о полномочиях и культурной политике краевых властей. Их суть, в случае городского управления, остаётся той же, снижается лишь уровень компетенции: с краевого (субъекта РФ) до муниципального. Единственное очевидное отличие – это специальные полномочия краевого органа по управлению игровой зоной. На уровень муниципалитета они не делегированы.

В то же время нам есть, что сказать о практической деятельности город-

²⁵⁵ Анализ проведён по материалам официального сайта Управления международных отношений и туризма администрации Владивостока (см.: Управление международных отношений и туризма администрации Владивостока // Официальный сайт администрации Владивостока [Электр. ресурс]. URL: http://old.vlc.ru/life_city/international_relations/contacts/ (дата обращения: 10.01.2020).

²⁵⁶ Управление международных отношений и туризма администрации Владивостока: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://old.vlc.ru/life_city/international_relations/contacts/ (дата обращения: 10.01.2020).

ских властей, связанной с реализацией туристической политики на муниципальном уровне. Во всех мероприятиях, упомянутых выше, как наиболее показательные направления работы Дирекции туризма Приморского края, принимают участие и городские власти. Но в их организации и проведении они выступают в качестве исполнителя, обеспечивающего решения вышестоящей – краевой инстанции. Можно назвать несколько примеров, когда городская туристическая политика реализуется с бóльшей степенью самостоятельности: это акции муниципального значения.

(1) Одним из таких примеров может служить акция «Ночь музеев», относящаяся к категории культурно-образовательных. Она давно популярна в мире, а Владивосток, наряду с другими российскими городами, присоединился к ней с 2007 г. Напомним, что проводится акция ежегодно в ночь с 18 на 19 мая; это единственный день в календаре, когда культурные учреждения работают в вечернее и ночное время и, как правило, бесплатно. Картинные галереи и музеи, арт-пространства и театры готовят для посетителей специальные программы: выставки, концерты, квесты и мастер-классы. Главной целью акции определяется возможность привлечь и заинтересовать посетителей яркими, неординарными программами, посвященными культурному и историческому наследию²⁵⁷. Особенно благодарной аудиторией «Ночь музеев» при надлежащей рекламной кампании становятся туристы и отечественные, и зарубежные, связано это, как с возможностью сэкономить средства, так и с появлением дополнительного времени, когда можно продолжать реализацию целей культурного туризма. При все своей организационной простоте, «Ночь музеев» позитивно сказывается на развитии ресурсного туристического потенциала и повышении общей привлекательности региона для туристов, однако подобное воздействие носит концентрированный, но кратковременный характер. Тем не менее, с точки зрения культурного туризма, возможность дополнительного ночного «погружения» в мир музеев и художественных галерей следует только приветствовать.

²⁵⁷ Ночь музеев // Официальный сайт Администрации Приморского края [Электр. ресурс]. <https://www.primorsky.ru/news/160055/> (дата обращения: 29.11.2019).

(2) Пожалуй, самым масштабным и впечатляющим мероприятием городского уровня является Культурный фестиваль «Владивостокская крепость». Столица Приморья может гордиться этим уникальным ежегодным событием, возможность которого определяется наличием в городе уникального историко-культурного объекта, описанного нами ранее (см. раздел 2.1.1.). Фестиваль проводится каждый год в период с августа по сентябрь и в 2019 г. отметил седьмую годовщину²⁵⁸. Он призван стимулировать интерес к истории своей страны и города, нацелен на военно-патриотическое воспитание молодежи города Владивостока²⁵⁹, и поэтому носит очевидный краеведческий характер. Связанный с краеведением, туризм является разновидностью внутреннего туризма, однако уникальность туристического объекта, вокруг которого строится фестиваль, наряду с необычными формами его проведения – всё это стимулирует интерес зарубежных туристов, и значит, определяет его потенциал для туризма въездного.

Фестивальные мероприятия 2018 г., помимо традиционного культурно-познавательного ряда, включали реконструкции средневековых рыцарских сражений, нескольких эпизодов борьбы за установление Советской власти на российском Дальнем Востоке в 1918 – 1922 гг., боя времен Великой Отечественной войны. В перерывах между «сражениями» зрители стреляли из лука, примеряли доспехи, могли приобрести сувениры ручной работы, сфотографироваться с солдатами-участниками исторических реконструкций. На протяжении всего фестивального дня работали «средневековая» и современная ярмарки и «улица мастеров»²⁶⁰. В рамках фестиваля для участников и гостей праздника проводились бесплатные экскурсии и популярные лекции, прежде всего, в му-

²⁵⁸ Фестиваль «Владивостокская крепость»: знать и хранить [Электр. ресурс]. URL: <https://www.dvfu.ru/expertise/news/gorod/festival-vladivostokskaa-krepost-znat-i-hranit/> (дата обращения: 23.12.2019).

²⁵⁹ Местная турсамодельность // Золотой Рог [Электр. ресурс]. URL: http://www.zrpress.ru/business/primorje_18.10.2016_80584_mestnaja-tursamodejatelnost.html (дата обращения: 19.10.2019).

²⁶⁰ Фестиваль «Владивостокская крепость» в Приморье посетили более 5 тыс. человек // Официальный сайт Администрации Приморского края [Электр. ресурс]. URL: <https://www.primorsky.ru/news/149368/> (дата обращения: 17.11.2019).

зейном комплексе «Владивостокская крепость». Лекции были посвящены истории строительства оборонительных сооружений и самой «Владивостокская крепости». В 2018 г. на фестиваль приехало более 5 тыс. зарубежных туристов²⁶¹.

Музейный комплекс «Владивостокская крепость» и посвященный ей культурный фестиваль составляют уникальную часть туристических ресурсов Приморского края и его столицы. Не имея опыта исторических реконструкций, и особенно – батальных, туристы из Южной Кореи могут получить здесь новые впечатления, испытать непривычные эмоции, иными словами, ознакомиться с оригинальным туристическим продуктом, обеспечить которой может весьма ограниченный перечень туристических мест.

Оценивая политику муниципальных властей и вклад Владивостока в развитие туристического обмена между Южной Кореей и Приморьем, нельзя не сказать несколько слов о побратимских связях Владивостока с южнокорейскими городами. Первым корейским городом-побратимом Владивостока в 1992 г. стал Пусан, в 2012 г. – Инчхон, в 2018 г. – Пхохан. Для укрепления дружеских контактов в 2018 г. Управление международных отношений и туризма администрации Владивостока пригласило на празднование Дня города большую делегацию и несколько творческих коллективов из Пусана. Участие массовой южнокорейской делегации, усиленной организованной группой туристов, встречи общественности двух городов, выступления пусанских артистов – всё это придало особый колорит праздничным мероприятиям и послужило стимулом для последующих туристических поездок из Пусана во Владивосток²⁶². В июле 2018 г. в целях развития побратимских отношений и пропаганды самобытной русской культуры Управление международных отношений и туризма администрации

²⁶¹ Фестиваль «Владивостокская крепость» в Приморье посетили более 5 тыс. человек // Официальный сайт Администрации Приморского края [Электр. ресурс]. URL: <https://www.primorsky.ru/news/149368/> (дата обращения: 17.11.2019).

²⁶² Приглашение «30 июля во Владивостоке пройдет ряд мероприятий по случаю празднования 158-й годовщины со дня основания г. Владивостока»: состав. по данным Управления международных отношений и туризма администрации г. Владивостока в 2018 г. (данные предоставлены авт. Управлением международных отношений и туризма администрации г. Владивостока).

Владивостока организовало поездку на Международный фестиваль фейерверков г. Пхохан. Особый интерес корейской публики вызвали выступления ансамбля народного танца из Владивостока²⁶³.

Отметим ещё несколько акций, связанных с развитием культурного туризма между Владивостоком и Южной Кореей:

- в 2004 г. во Владивостоке состоялся концерт известного южнокорейского певца Со Тхэджи, сопровождавшийся приездом большой группы туристов;
- в 2013 г. в Приморской картинной галерее проходила выставка южнокорейского художника Суана, мастера буддийского рисунка тушью, на ней побывали многие туристы из Кореи;
- в 2014 г. в Приморском театре оперы и балета прошел международный форум «Культурные ворота в Азию» с участием многочисленной корейской делегации;
- в 2016 – 2019 гг. многие корейские туристы приезжали во Владивосток для просмотра программы Международного фестиваля «Мариинский»²⁶⁴;
- в 2017 г. администрация Пусана передала жителям Владивостока печатную туристическую продукцию о городе и стране, муниципальная библиотека организовала выставку литературы «Уголок Пусана»²⁶⁵.

В 2020 г. отмечается 30-летие начала культурного обмена между Россией и Республикой Корея. Особенностью этого периода является преимущественное развитие обменных программ между Москвой и Сеулом вплоть до 2002 г., когда Владивосток стал не менее значимым участником культурного взаимодействия двух стран. Туризм является частью культурного обмена, само понятие «культурный туризм» показывает его ориентацию на потребление преимущественно культурной продукции. В данном контексте туризм является оптимальной фор-

²⁶³ 국제문화교류행사 // 행정안전부기록원 / Мероприятия, посвящённые международному культурному обмену // Национальный архив Республики Корея: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://www.gov.kr/portal/locgovNews/1541330> (дата обращения: 26.08.2019).

²⁶⁴ 한려 문화예술 교류 30 년맞아 과거를 돌아보며 미래를 설계하다. 서울, 2018. С. 285-286. / 30 лет культурного и творческого обмена между Россией и Кореей: взгляд в прошлое, планы на будущее. Сеул, 2018. С. 285–286.

²⁶⁵ Фестиваль пусанской книги во Владивостоке 24 мая 2018 г. [Электр. ресурс]. URL: <https://www.vl.ru/afisha/vladivostok/event/94522> (дата обращения: 13.09.2019).

мой развития дружеских отношений и культурного взаимодействия народов двух стран. Неслучайно, время вовлечения Владивостока и Приморья в активный культурный обмен с Южной Кореей практически совпало с резким ростом взаимного туристического потока между Сеулом и Владивостоком. Активные усилия для этого прилагали и продолжают прилагать органы краевого и городского управления, определившие развитие туризма как одно из приоритетных направлений региональной политики.

2.3. Проблемы развития туризма в Приморском крае и пути их решения

Исторический экскурс. Развитие иностранного туризма в Приморском крае в советское время сдерживалось закрытым статусом Владивостока, за редким исключением многие районы Приморья как приграничная территория были недоступны для иностранных граждан. Тем не менее, край играл важную транзитную роль в обеспечении туристического обмена с Японией. По десятилетиями отработанной схеме открытый порт Находка принимал пассажирские суда с японскими туристами, чтобы отправить их железной дорогой в Хабаровск. Примечательно, что в те годы для участников данной программы Транссиб начинался не во Владивостоке, а в Находке. В Хабаровске маршруты японских туристических групп расходились по Советскому Союзу: кто-то самолётом летел в Москву, Ленинград или Среднюю Азию, а кто-то продолжал путешествие по железной дороге до Иркутска, чтобы побывать на Байкале. Как правило, обратно в Японию туристы возвращались авиацией из европейских городов СССР, имевших прямое сообщение с Токио, поэтому пассажирские суда отправлялись в японские порты за новой группой порожняком. В постсоветский период ситуация в корне изменилась в связи с отменой многих контрольно-ограничительных мер, в первую очередь с «открытием» Владивостока.

Первоначально зарубежные туристы имели ограниченные целевые установки: ознакомительные и деловые, что позволяло провести «рекогносцировку

местности», оценить возможности и риски, решать какие-либо экономические, торговые или организационные вопросы. В такой ситуации туристические потоки из соседних стран, включая Южную Корею, увеличивались крайне медленно и осторожно. Сдерживающим фактором явилось и отсутствие в городе и крае опыта и туристической инфраструктуры; приморская столица до начала 1990-х гг. не принимала даже внутренних туристов, приехать во Владивосток из других регионов СССР можно было только, оформив разрешение органов внутренних дел. Туристический опыт Находки ничем не мог быть полезным: в городе не было даже туристических гостиниц, поскольку ставилась одна задача – принять японских гостей с судна и пересадить на поезд. График прихода и обработки пассажирских судов, прибывших из Японии, строился так, чтобы они успевали на поезд до Хабаровска, а в случае непредвиденной задержки поезда отправлялись с опозданием.

С течением времени трудности преодолевались, опыт накапливался, создавались инфраструктурные объекты. Занятые в туристической сфере компании и специалисты учились эффективно использовать имеющуюся богатую ресурсную базу и развивать её недостающие элементы. В результате уже к концу 1990-х гг. ситуация в корне изменилась и с точки зрения количественных показателей, и по ассортименту и качеству туристических услуг. Менялось и лицо туристической отрасли: в дополнение ознакомительному и деловому туризму появились экологические, аграрные, спортивные и, наконец культурные (историко-культурные) варианты туризма. В настоящее время именно культурный туризм составляет основу обмена между Южной Кореей и Приморским краем. Постепенно изменялось отношение органов государственной власти к въездному туризму: в 2000-х гг. руководство Приморья неоднократно демонстрировало свою нацеленность на превращение туризма в важнейшую отрасль региональной экономики. Данной установка определяет политику сегодняшней администрации Приморского края и Владивостока, подтверждением этого служит анализ содержания и реализации их туристической политики, приведенный в

предыдущем разделе (см. раздел 2.2.).

На современном этапе следует отметить еще два знаковых события, которые подобно «открытию» Владивостока сыграли этапную роль в развитии въездного туризма из Южной Кореи:

(1) Проведение во Владивостоке Саммита АТЭС – 2012 г. и его «духовного» преемника – ежегодного Восточного экономического форума (ВЭФ). Подготовка к Саммиту АТЭС потребовала создания туристической инфраструктуры мирового уровня, а последовавшие за ним ВЭФ и многие другие международные мероприятия превратили Владивосток в один из наиболее значимых туристических центров Восточной Азии и АТР. Итогом первого пятнадцатилетия XXI в. стало появление во Владивостоке и Приморском крае новых и модернизированных объектов культурно-развлекательной сферы, современной туристической инфраструктуры мирового уровня, специалистов, обладающих высоким уровнем профессиональной подготовки и большим опытом практической деятельности.

(2) За решением проблем инфраструктурного и кадрового ресурса последовал отмен визового режима, затруднявшего свободное взаимное перемещение граждан Республики Корея и Российской Федерации. После заключения Соглашения о безвизовом режиме, вступившего в силу 1 января 2014 г. туристический поток из Южной Кореи в Приморье возрос на порядок: с 28.567 в 2015 г.²⁶⁶ до 222.049 в 2018 г.²⁶⁷; таким образом, трёхлетний период после отмены виз обернулся увеличением количества южнокорейских туристов, посещающих Приморье в 7,7 раза.

Основные цели и проблемы въездного культурного туризма из Южной Кореи в Приморский край. Рассмотрим основные интересы южнокорейских туристов, посещающих Приморье в культурно-познавательных целях, и возника-

²⁶⁶ Планы и отчёты Департамента туризма // Официальный сайт Администрация Приморского края [Электр. ресурс]. URL: <http://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/plany-i-otchety-departamenta.php> (дата обращения: 09.11.2019).

²⁶⁷ Количество туристов из Южной Кореи, прибывших в Приморский край, составлено по информации представительства Национальной организации туризма Кореи в г. Владивостоке в 2019 г. (данные предоставлены авт. представительством Национальной организации туризма Кореи во Владивостоке).

ющие во время поездок проблемы. Подавляющее большинство граждан Республики Корея в ходе пребывания на территории Приморского края, помимо общих целей культурного туризма, преследуют или надеются на реализацию целей специфических. Постановка своих, «корейских» целей в программу туристической поездки отличает организованных или индивидуальных туристов из Южной Кореи от других зарубежных гостей края. Специфические цели существенно дополняют круг общих интересов культурного туризма, и от степени их реализации напрямую зависит конечная оценка качества полученных в Приморье услуг. Иными словами, южнокорейский путешественник оценит не только комфорт экскурсионного обслуживания и отдыха, разнообразие и доступность культурно-исторических объектов и мероприятий, красоту природы и радушие местного населения. Эти факторы в полной мере определяют итог поездки корейца в любой другой регион России, но туристу, побывавшему во Владивостоке и Приморье для полного удовлетворения понадобится что-то ещё, а именно то, что составляет уникальную часть туристических ресурсов Приморского края и определяет выбор корейского туриста в его пользу.

Российское Приморье привлекает путешественников из Южной Кореи своими объектами культурного наследия, напрямую связанными с историей и культурой Кореи²⁶⁸. Назовём их ещё раз: (1) археологические памятники государства Бохай; (2) памятные места, связанные с национально-освободительной борьбой корейского народа против японских колонизаторов; (3) исторические свидетельства о жизни корейских переселенцев, обосновавшихся в крае с конца XIX в. Данную последовательность не следует воспринимать как рейтинговую, все её элементы равнозначны, взаимосвязаны и взаимно зависимы. При этом признаем, что выбор конкретного корейского туриста в пользу того или иного элемента будет обусловлен личными интересами и пристрастиями отдельно взятого человека.

²⁶⁸ Квинт К.К. Туристский Дальний Восток: открывая возможности: докл. вед. консультанта отдела развития туризма Департамента туризма Приморского края // 5th GTI NEA Tourism Forum: Conf. Materials. [Hunchun], 2016. – С. 73.

(1) Государство Бохай существовало в VII – X вв. в центре и на юге современного Приморского края, на северо-востоке КНДР и на значительной части Северо-Восточного Китая. Оно оставило существенный след в истории восточноазиатской цивилизации, обладало мощным по тем временам хозяйством и самобытной культурой. Официальная историческая наука Южной и Северной Кореи включает Бохай в перечень ранних корейских государств, поэтому бохайское наследие на территории Приморья интересно туристам из Южной Кореи.

В Приморском крае вскрыты и исследованы многие бохайские объекты: городища, поселения, укрепления, могильники, буддистские храмы²⁶⁹, их общее число составляет 174²⁷⁰. Бохайские археологические памятники сосредоточены в южной и юго-западной частях края – в Хасанском, Уссурийском и Октябрьском районах²⁷¹. Археологическое изучение приморского наследия Бохай начато советскими и продолжается российскими специалистами, а в 2000-х гг. особую роль сыграли совместные российско-корейские экспедиции. Исторические реликвии средневекового Бохая можно увидеть в нескольких музейных экспозициях (Музей археологии и этнографии ДВФУ, Музей археологии и этнологии Института истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО РАН, Уссурийский городской музей, Музей истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева и др.). В Школе искусств и гуманитарных наук ДВФУ с 2007 г. функционирует специализированный Центр археологических исследований «Бохай», не имея музейного статуса, он занимается поиском, изучением и хранением бохайских экспонатов и не отказывает в доступе к ним экскурсионных групп.

Возможность прикоснуться к бохайской истории и культуре, посетив археологические памятники или музейные экспозиции, привлекает внимание туристов из Южной Кореи, поскольку дома или на выезде в Китай доступ к ним получить очень сложно. Поэтом, в нашей оценке, бохайские памятники и экспонаты являются уникальным компонентом туристических ресурсов Примор-

²⁶⁹ См.: 러시아연해주문물전 프리모리에. 서울, 2014. / Культура Приморья от древности до современности. Сеул, 2014.

²⁷⁰ Чжон Сок Бэ, Никитин Ю.Г., Болдин В.И., Лещенко Н.В. Бохайские памятники в Приморье и Константиновское I селище. Сеул, 2010. С. 20–26.

²⁷¹ Там же. С. 190.

ского края, повышающим его конкурентность в стратегии привлечения туристов из Республики Корея.

(2) Таким же, если не бóльшим, свойством обладает вторая группа приморских объектов, особо значимых и привлекательных для южнокорейского туриста. Чуть выше мы определили её как «памятные места, связанные с национально-освободительной борьбой корейского народа против японских колонизаторов». Однако следует подчеркнуть, что современным корейцам важно не только увидеть собственно материальное свидетельство, но даже просто побывать на месте, где происходили события. Особую оценку получают современные памятники патриотам корейского антияпонского Сопротивления, мемориальные доски или знаки, напоминающие об отдельных эпизодах национально-освободительной борьбой корейского народа, деятельности патриотических организаций корейских переселенцев. Посещение подобных объектов в России – важное эмоциональное событие для туристов из Южной Кореи. Особым их почтением пользуется мемориальный знак, напоминающий о действовавшем в Приморье «Обществе отрезанного пальца» и его идейном лидере и основателе Ан Джунгыне, о патриотическом поступке которого мы вели речь выше (см. раздел 2.1.1.). Несмотря на отсутствие явное персонификации знака, в восприятии корейских гостей он стал «памятником Ан Джунгину».

(3) Не менее интересны корейскому путешественнику свидетельства о жизни корейских переселенцев, обосновавшихся в Приморском крае с конца XIX в. Среди них важнейшим является место во Владивостоке, где когда-то существовала корейская слобода. Объектных памятников, связанных с её историей не сохранилось, но и в этом случае гостям из Южной Кореи важнее «память исторического места», поэтому для них значимым экскурсионным объектом является мемориальный знак «В память о корейских поселениях в Приморье», возведённый на ул. Хабаровской города Владивостока. С 1910 по 1937 г. в этом районе компактно проживали корейцы, он носил название «корейская слобода», здесь действовали организации антияпонского Сопротивления, и, что очень

важно, отсюда начинался трагический путь корейцев в Среднюю Азию. Мемориальный знак на улице Хабаровской в значении своём объединил всё три особо чтимых корейцами исторических момента: переселение и жизнь в России, борьба против японских колонизаторов, насильственная депортация в конце 1930-х гг. Помимо Владивостока с историей корейцев связаны памятные места в Уссурийске и Хасанском районе.

Хасанский район и в целом южная часть Приморья отличается сочетанием памятников глубокой старины и истории корейцев в XX в. Здесь туристы могут одновременно знакомиться с археологией и сравнительно недавними страницами национальной истории. Туристический объект, который чаще всего посещают корейские туристы, расположен вблизи посёлка городского типа Краскино – это остатки масштабной бохайской крепости и города. Районный центр посёлок Хасан – ещё одна достопримечательность, которую хотел бы посетить практически каждый южнокорейский турист, приехавший в Приморье. Хасанская железнодорожная станция и мост, перекинутый через пограничную реку Туманган в районе посёлка, для них являются символом глубочайшей трагедии национального раскола. Поездка в Приморский край даёт южным корейцам редкую возможность издалека можно увидеть Северную Корею. В туристических целях используются всего два таких места: район Пханмунджом на демаркационной линии, разделяющей Корею, и приморский посёлок Хасан. Данное обстоятельство также влияет на популярность туристических туров в Приморский край.

Туристические группы едут в пос. Краскино из Владивостока на автобусах, путь неблизкий и занимает примерно четыре часа, после осмотра бохайского памятника ещё один час нужен, чтобы добраться до пос. Хасан. В середине маршрута организован кратковременный отдых в с. Барабаш, где останавливаются многочисленные туристические автобусы с российскими, китайскими и корейскими группами. В Барабаше обеспечено всё, что нужно путешественнику для краткой остановки: магазинчики, кафе, аптека, нормальный санитарно-гигиенический комплекс. Этим местом туристы, как правило, остаются доволь-

ны, но выезжая за пределы с. Барабаш, они покидают «цивилизацию» и на несколько часов оказываются в «дикой» местности: по обе стороны дороги только леса и луга; изредка встречающиеся остановки общественного транспорта не оборудованы какими-то ни было удобствами. Удивляет, что основные экскурсионные объекты данного маршрута Краскино и Хасан, обслуживая значительный туристический поток, в отличие от транзитного Барабаша не имеют минимально необходимой туристической инфраструктуры (магазинов, кафе, общественных туалетов, кафе и др.). Имеющиеся там объекты явно не удовлетворяют туристов ни по проходимости, ни по уровню комфорта.

Уссурийск и некоторые села Уссурийского района стали вторым по популярности маршрутом автобусных экскурсий у корейских туристов; по пути следования встречается много историко-культурных объектов, связанных с историей Бохай, антияпонским движением корейцев и историей их проживания в Приморском крае. Наиболее востребованной достопримечательностью в городской черте Уссурийска является Дом-музей Чхве Джэхёна (Петра Семеновича Цоя)²⁷².

Родившись в пограничной провинции Северный Хамгён, Чхве Джэхён в юности, спасаясь от голода, вынуждено эмигрировал с родителями в Россию. Получив здесь образование и окрепнув экономически, с приближением мрачных колониальных времён он стал жертвователем средств на поддержку антияпонского движения корейцев в Приморье и развитие доступного для корейской молодежи образования²⁷³. После окончательной потери Кореей государственного суверенитета в 1910 г. Чхве Джэхён окончательно вступил в ряды активных борцов за независимость родины и отвечал за финансирование патриотических организаций приморских корейцев. Известно, что он был тайным покровителем Ан Джунгына²⁷⁴. Японские интервенты, установив свою власть на

²⁷² 문화재청 국외소재 근대문화 유산시료조사연구. 충남, 2008. С. 18 / Исследование современных памятников культуры за рубежом. Чхуннам, 2008. С. 18.

²⁷³ 반병률, 최기용, 김희곤. 항일독립발자취를 찾아서. 서울, 2006. – С. 26. / Пан Бённюль. В поисках следов Движения за независимость. Сеул, 2006. С. 26.

²⁷⁴ См.: 박환. 폐치카 «최재형». 서울, 2018. С. 211 / Пак Хван. «Печка» Чхве Джэхён. Сеул, 2018. С. 211.

российским Дальнем Востоке, жестоко расправлялись с корейским Сопротивлением, в 1920 г. их жертвой стал Чхве Джэхён, арестованный и расстрелянный за патриотическую деятельность²⁷⁵.

Каждая страничка личной биографии Чхве Джэхёна служит иллюстрацией великой книги о трагической судьбе корейского народа на рубеже XIX – XX вв.: бегство на чужбину от голода в конце XIX в., житейский успех на земле, ставшей второй родиной, участие в антияпонском национально-освободительном движении корейцев, трагическая гибель от руки японского палача. Чхве Джэхён избежал лишь двух последних этапов из истории российских корейцев: адаптации к советской власти после изгнания японцев и насильственной депортации в Среднюю Азию. Вот почему свидетельства о жизни Чхве Джэхёна так интересны туристам, приезжающим в Приморье из Кореи.

Старый дом, в котором жила семья Чхве Джэхёна в Уссурийске, долгое время был заброшен, корейской диаспоре при поддержке соотечественников из Южной Кореи пришлось приложить немало усилий, чтобы он был восстановлен и получил музейный статус. Личных вещей Чхве Джэхёна практически не сохранилось, но в музейной экспозиции собраны предметы быта российских корейцев начала XX в., важное место занимают исторические материалы, связанные с движением за независимость Кореи²⁷⁶.

По пути в Уссурийск или Хасанский район туристы обязательно останавливаются на берегу р. Раздольной неподалеку от села Утёсное, где расположена стела в честь ещё одного корейского патриота Ли Сансоля, одного из участников секретной поездки корейской делегации на Международную мирную конференцию в Гааге в 1907 г. Миссия добиралась в Европу через Владивосток, а после неудачной попытки обратить внимание мирового сообщества на японский произвол в Корею Ли Сансоль решил вернуться в Приморье, поближе к по-

²⁷⁵ Пак Хван. Указ. соч. С. 211.

²⁷⁶ Генеральное Консульство Республики Корея в г. Владивостоке [Электр. ресурс]. URL: http://overseas.mofa.go.kr/ru-vladivostok-ko/brd/m_7806/view.do?seq=1341966&srchFr=&srchTo=&srchWord=%EC%B5%9C%EC%9E%AC%ED%98%95&srchTp=0&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=&page=1 (дата обращения: 21.07.2019).

кинутой родине и обосновался в г. Никольское (будущий Уссурийск), где скончался в 1917 г. Находясь в Приморье, Ли Сансоль стал активным участником и организатором антияпонского патриотического движения. Прах Ли Сансоля был развеян над р. Раздольной по его личному завещанию, поэтому и памятник в его честь установлен на берегу реки²⁷⁷. Оказалось, что место для него выбрали неудачное, летом и осенью в период обильных дождей подходы к монументу затопляет, грязной жижей покрывает даже нижнюю часть стелы. В такое время подойти к памятнику не возможно, южнокорейские туристы вынуждены обходить её издалека.

Чтобы попасть в Уссурийск, туристы выезжают из Владивостока автобусом, добраться до цели можно примерно за два часа, а по пути производится остановка для кратковременного отдыха на станции Раздольное. Через пос. Раздольное проходят основные автомобильная и железнодорожная трассы Приморья, по ним перемещается значительное количество пассажиров, но туристическая инфраструктура на станции отсутствует, нет даже современного общественного туалета.

Корейских туристов интересует бохайское городище у с. Кроуновка, куда добраться можно через Уссурийск, обычно автобусом, иногда поездом они попадают в Уссурийск, а далее – на автобусе до Кроуновки. Здесь их поджидает настоящее испытание: до бохайского городища нет дороги, добираться туда приходится пешком, а расстояние – почти шесть километров, причём тропа практически не оборудована. Для пешего экскурсионного маршрута это очень большое расстояние; дополнительное неудобство: места для отдыха и санитарно-гигиенических потребностей отсутствуют.

Практически на любом экскурсионном маршруте, связанном с выездом из Владивостока, ситуация повторяется: полное отсутствие или плохое состояние мест общего пользования, скудность прочих сервисных возможностей. Привычный к комфортности внутреннего туризма, гражданин Республики Корея ни

²⁷⁷ 박환. 박환의 항일유적과 함께하는 러시아 기행 1. 서울, 2002. С. 74-78. / Путешествие Пак Хвана в Россию по памятным местам антияпонского движения. Т. 1. – Сеул, 2002. С. 74-78.

под каким предлогом не ожидает подобного, выезжая в Россию, в современном мире трудно списать отсутствие достаточного уровня комфорта на местную экзотику, тем более что в Южной Корее Россию давно не считают страной экзотической. Одна из первостепенных претензий корейцев к туристической отрасли Приморского края заключается в отсутствии элементарной сервисной инфраструктуры при выезде за пределы Владивостока, даже кратковременный или промежуточный отдых должен быть обеспечен минимальным набором современных услуг. Данное обстоятельство существенно дискредитирует туристическую сферу Приморского края и затрудняет эффективное использование его ресурсного потенциала туристами из Республики Корея.

Подобные неудобства испытывают не только южнокорейские туристы, но и все остальные, в том числе россияне, на это давно и настойчиво обращают внимание российские специалисты, но сервисно-инфраструктурная проблема остаётся не решённой²⁷⁸.

К ней добавляются вопросы транспортной инфраструктуры, выше мы проиллюстрировали их на примере вынужденного пешего перехода из Кроуновки. Подчеркнём, что только Владивосток, где обе проблемы практически решены, не может быть единственным местом пребывания южнокорейских туристов, без выезда в Хасанский и Уссурийский районы существенно снизится популярность приморское направления туризма из Южной Кореи в Россию.

Третья проблема из перечня наиболее насущных связана с деятельностью нелегальных гидов-иностранцев. Коммерческая эффективность и популярность культурного туризма тесно связаны с качественной работой гидов / гидов-переводчиков. Его (культурный туризм) не следует ограничивать обычным осмотром достопримечательности, даже массовый турист, не преследующий каких-либо профессиональных целей, заинтересован в углублении своих знаний об экскурсионном объекте, тем более – если речь идёт об историко-культурном

²⁷⁸ Удовенко Н.Г. Формирование конкурентоспособной инфраструктуры туризма в наиболее перспективных для развития въездного туризма [в] районах Приморского края: докл. нач. отдела развития туризма Департамента междунар. сотрудничества и туризма Приморского края на III Туристическом форуме Сев.-Вост. Азии и Расширенной Туманганской Инициативы // The 3rd GTI Northeast Asia Tourism Forum, 2014. Hunchun, 2014. С. 9.

памятнике. По мере увеличения наплыва южнокорейских туристов в Приморье наблюдается нехватка профессиональных гидов, готовых и способных сопровождать группы из Республики Корея. В большинстве случаев проблема решается временным наймом в качестве сопровождающего гида соотечественника, проживающего в Приморье.

На самом деле, работа с зарубежными туристами лица, имеющего с ними общие национальные и культурные корни, фактор благоприятный, однако для этого есть важное условие: гид-соотечественник должен обладать не только средствами культурной и языковой коммуникации, но и профессиональными навыками гида, что ещё более важно, должным уровнем культуры, базовых знаний о стране пребывания и профессиональным знанием туристического объекта. Найти такого гида не чуть не проще, чем профессионального. Нелегальное сопровождение зарубежных туристов соотечественниками оборачивается распространением неточной, недостоверной, а иногда – целенаправленно искажённой историко-культурной информации.

Проблема дефицита профессионально компетентных гидов / гидов-переводчиков для сопровождения групп из Южной Кореи и, как следствие, участие в обеспечении туристического обмена нелегальных и профессионально некомпетентных соотечественников – существенный фактор, затрудняющий эффективное использование туристических ресурсов Приморья.

Для решения указанной проблемы Туристско-информационный центр Приморского края при поддержке Ростуризма в 2019 г. организовал набор в вузы на бюджетные места по программе дополнительного профессионального образования «Повышение квалификации гидов-переводчиков и экскурсоводов». После окончания данного курса слушатель получает диплом государственного образца об образовании в сфере туризма и диплом переводчика²⁷⁹.

Важной проблемой остаётся доступность туристических услуг для лиц с

²⁷⁹ Памятка по прохождению аттестации экскурсоводов (гидов), осуществляющих деятельность на территории Приморского края: составлена по данным Туристско-информационного центра Приморского края. 2019 (справка предоставлена авт. Туристско-информационным центром Приморского края).

ограниченными возможностями, нуждающимися в обустройстве лестниц, мостов, защитных и вспомогательных сооружений. На наш взгляд, в таком оборудовании, «обустраивающем» пространство и облегчающем жизнь, нуждается не только специфическая категория туристов, но и все участники экскурсий, более того – местное население тоже. Иллюстрацией проблемы может служить замечательный экскурсионный объект о-в Русский, расположенный в 800 м. от южной материковой оконечности Владивостока. Здесь находятся такие активно посещаемые туристами места, как кампус ДВФУ с Университетской набережной, православный монастырь, несколько сооружений Владивостокской крепости, интересные природные объекты²⁸⁰.

Природа острова вызывает особый интерес туристов, они с удовольствием проводят время в лесной зоне, пользуются возможностью организовать пикник, прогуляться пешком вдоль побережья, однако за пределами кампуса ДВФУ им приходится сталкиваться с трудностями. Один такой маршрут, ставший популярным у южнокорейских туристов, начинается от мыса Вятлина и проходит через мыс Шмидта до мыса Тобизина. Здесь удивительная ландшафтная зона, пейзажи которой наряду со свежим морским воздухом и почти не тронутой природой вызывают восхищение и привлекают путешественников. Чтобы получить удовольствие от маршрута, придётся добираться конечной точки мыса Тобизина по тонким деревянным доскам, в вечерних сумерках или при сырой погоде есть риск упасть в воду (см. Приложение Е). Чтобы избежать сложной дощатой переправы, можно перейти препятствие по крупным камням, а затем подняться по крутому скальному откосу; один человек с этим не справится, потребуется помощь другого, а спускаться ещё опаснее, можно упасть в море. Но несмотря на риск, туристы не упускают возможности посетить мыс Тобизина. Очевидно, что этот достопримечательный природный уголок о-ва Русский нуждается в дополнительном оснащении.

²⁸⁰ 국민대 유라시아 연구소경제 발전경험 공유사업 산업 무역 정책자문 러시아 연해주. 서울, 2016. – 122 с. / Ун-т Кунмин; Ин-т европейских исследований. Программа обмена знаниями в области экономического развития. Рекомендации по индустриальной и торговой политике в Приморском крае. Сеул, 2016. С. 57–58.

В результате нашего исследования мы пришли к выводу о существовании нескольких наиболее значимых проблем, снижающих возможность эффективного использования туристических ресурсов Приморского края для увеличения притока туристов из Южной Кореи: (1) сервисно-инфраструктурные недостатки экскурсионных объектов (отсутствие или плохое состояние мест общего пользования, ограниченность сервисных возможностей); (2) проблема транспортной доступности экскурсионных объектов; (3) дефицит компетентных гидов-профессионалов и привлечение к сопровождению групп соотечественников, не обладающих необходимым набором компетенций; (4) недостаточное оснащение туристических мест дополнительным оборудованием, обеспечивающим удобство и безопасность пребывания туристов, в том числе с ограниченными возможностями.

Отметим, что с большинством названных и других проблем туристы сталкиваются приезде на экскурсионные объекты, расположенные за пределами Владивостока. Одним из возможных способов решения целого ряда проблемных моментов, возникающих при реализации туристических услуг корейским и другим зарубежным туристам, могло бы стать создание на веб-сайтах туристического портала Приморья, Туристско-информационного центра Приморского края и туроператоров и контролирующих туризм организаций сервиса для приема заявлений и жалоб туристов. В случаях, когда решение проблемы невозможно или требует длительного срока, необходимо размещать информацию о неудобствах, которые ожидают туристов при посещении данного экскурсионного объекта. Кроме того, следует обязать операторов, организующих экскурсионное обслуживание туристов, заблаговременно при выборе маршрутов и экскурсий оповещать клиентов о возможных проблемах (например, о длительном пешем переходе по неблагоустроенной местности в с. Кроуновка). Очевидными методами исправления отмеченных недостатков является контроль качества услуги по сопровождению групп гидами / гидами-переводчиками, а также запрет на привлечение гидов, не имеющих профессиональной подготовки.

2.4. Туристический потенциал Владивостока в оценке южнокорейских туристов

2.4.1. Материала опроса туристов из Южной Кореи

С целью изучения особенностей выездного туризма в России на примере Владивостока в 2016 г. автором было проведено полевое исследование в виде социологического исследования методом анкетирования. Опрос охватил 300 граждан Республики Корея, посетивших Владивосток в 2015 – 2016 гг. в качестве туристов. Анкета состояла из 16 пунктов, касавшихся информации по следующим вопросам: туристические цели, реализованные в ходе поездки; форма путешествия; возраст респондента; профессия; сроки поездки; расходы во время путешествия; перечень произведенных покупок; популярные достопримечательности; названия посещенных музеев, картинных галерей и театров; причина непосещения музеев, картинных галерей и театров; деятельность, которой хотелось бы заниматься при повторном посещении Владивостока; названия фестивалей Владивостока; виды деятельности во время туристической поездки; желание вернуться вновь; изменение имиджа города после посещения; неудобства и проблемы, требующие решения²⁸¹.

Туристические цели. Оценка туристических целей, реализованных в ходе поездки, произведена следующим образом: (1) респондент выставял от 0 до 5 баллов по каждой из предложенных позиций, охватывавших практически весь спектр туристических целей; (2) по каждой позиции определялась общая сумма полученных баллов; (3) общая сумма полученных баллов делилась на количество участников опроса, и таким образом определялся средний балл каждой оцениваемой позиции. В результате мы пришли к следующей оценке реализованных туристических целей:

- рекреационные / социальные цели, включая использование свободного вре-

²⁸¹ См. Прил. Б и Д.

- мени для организации отдыха – 4,4 балла;
- культурно-исторические цели – 4,3 балла;
- экономические цели, включая покупки – 4,2 балла;
- экологические цели – 4,1 балла;
- политические цели - 4 балла²⁸².

Используя приёмы статистического метода, мы пришли к выводу о том, что туристическая поездка граждан Республики Корея во Владивосток определяется преимущественно социальными и культурно-историческим факторами. В наименьшей степени на неё влияют факторы политического плана.

Социальный фактор туристической поездки, т. е. реализация целей и возможностей досуга и отдыха, зависит от двух категорий обстоятельств: (1) внешних, под которыми мы понимаем рекреационные возможности принимающей стороны и готовность их предоставить; (2) внутренних, связанных с наличием условий для выезда на отдых. Исследование внешних обстоятельств, связанных с туристическим ресурсами принимающей стороны и условиями их предоставления в пользование туристу, мы провели в предыдущих разделах диссертации. Остановимся на внутренних обстоятельствах, они, в свою очередь, подразделяются на объективные и субъективные.

Субъективные внутренние обстоятельства связаны с принятием решения о выезде самим туристом (степень его желания, готовность, физическое и моральное состояние, зависимость от семьи и многое другое). Объективные внутренние обстоятельства определяются условиями, в которых потенциальный турист принимает решение о поездке, их очень много, но среди них для нас первостепенное значение имеют три: наличие свободного времени для поездки; наличие финансовой возможности; отсутствие не зависящих от потенциального туриста препятствий.

Начнем с последнего, мы уже отмечали, что вплоть до конца 1980-х гг. выездные возможности граждан Республики Корея были существенно ограни-

²⁸² См. Прил. Б.

чены государством. Иными словами, объективные внутренние обстоятельства, созданные южнокорейским законодательством, не позволяли населению принимать самостоятельное решение о выезде за рубеж в туристических целях. Ситуация изменилась только после 1989 г., когда были сняты любые ограничения на зарубежные поездки, включая туристические²⁸³.

К этому времени значительно расширились и финансовые возможности людей, по мере их роста сначала средний класс, а вслед за ним и более широкие слои населения стали пользоваться частью заработка для повышения качества жизни, одним из отражений которого считается комфортный и разнообразный досуг. С конца 1990-х гг. выездной туризм Южной Кореи превратился в социальный феномен, охватившие широкий спектр населения вплоть до студенческой молодежи, располагающей ограниченными финансовыми возможностями.

С точки зрения третьего условия объективных внутренних обстоятельств, ситуация в Южной Корее проигрывает российским реалиям: в разделе 1.3.2. мы подсчитали, что общее количество оплаченных работодателем выходных дней в России составляет не менее пятидесяти 50, а по отдельным регионам или отраслям экономики достигает 70 (см. раздел 1.3.2.), в Республике Корея этот показатель не превышает 30 дней, но нужно учесть, что их половина приходится на государственные праздники, рассредоточенные по календарю.

В Южной Корее установлено 15 календарных праздничных дней, изредка власти объявляют нерабочими дополнительные даты, например, день президентских или парламентских выборов²⁸⁴. Иным способом, чем в России, южнокорейское законодательство определяет длительность оплачиваемого отпуска; чтобы получить максимально возможный оплачиваемый отпуск сроком 15 дней, работник обязан проработать более 80% положенного в год рабочего времени

²⁸³ 행정안전부 국가기록원 / Каталог Национального архива Республики Корея [Электр. ресурс]. URL: <http://www.archives.go.kr/next/search/listSubjectDescription.do?id=005683&pageFlag=A&sitePage=1-2-1> (дата обращения: 07.11.2019).

²⁸⁴ 국가정보 법령센터 / Национальный центр правовой информации: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.law.go.kr/법령/관공서의%20공휴일에%20관한%20규정> (дата обращения: 13.10.2019).

(статья 60 Трудового Кодекса Республики Корея)²⁸⁵. В любом, даже самом благоприятном случае общее количество нерабочих дней составит 30: 15 дней (официальных календарных праздничные дни) + 15 (при максимальной длительности оплачиваемого отпуска). Получается, что реальная длительность туристической поездки не может превышать 10 – 12 дней, но в среднем получается в два – три раза короче. Такой короткий срок является дополнительным аргументом для выбора в пользу соседних регионов, например, Владивостока.

У столицы Приморского края имеется ещё одно весомой преимущество – специфика туристических ресурсов, часть которых тесно связана с историей Кореи. Культурно-исторические цели туризма были поставлены участниками опроса на второе место (4,3 балла), но бальная оценка почти совпала с победившей рекреационной целью (4,4 балла). Иными словами, сочетание рекреационных (с учетом социальных обстоятельств) и культурно-исторических целей превращает Владивосток в максимально приемлемый пункт туристической поездки среднестатистического южного корейца.

Форма и продолжительность путешествия. Опрос выявил, что преобладающей, а значит, наиболее популярной формой поездки во Владивосток является организованный групповой туризм (коллективная поездка, организованная туристической компанией), ею воспользовались 253 респондента, индивидуальной поездкой (самостоятельно организованная «сольная» или в составе группы не более 2 чел.) – 47. Самой распространенной продолжительностью тура, вне зависимости от формы поездки, стал срок на 4 дня. В связи с этим и появляется отличительная черта туриста из Южной Кореи: желание увидеть как можно больше за максимально короткий срок. В русском языке есть очень подходящая метафора – «галопом по европам»...

Возраст и социальная категория. Основную массу участников групповых туров составили люди в двух возрастных диапазонах: (1) 10 – 18 лет и (2) от 40 лет и выше. Среди 47 индивидуальных туристов преобладали молодые люди в

²⁸⁵ 국가정보 법령 센터 / Национальный центр правовой информации: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.law.go.kr/법령/관공서의%20공휴일에%20관한%20규정> (дата обращения: 13.10.2019).

возрасте от 20 до 36 лет. Опрос определил, что в подавляющее большинство респондентов относились к среднему классу, т. е. представляли бóльшую часть населения современной Южной Кореи. Профессиональная принадлежность туристов оказалась очень широкой: работники образования и науки (университетская профессура, научные сотрудники, школьные учителя), сотрудники крупных и мелких компаний, творческие работники, индивидуальные предприниматели, государственные служащие, студенты, домохозяйки и пр. Не видим смысла приводить процентное соотношение профессиональных групп, оно ничего не даст, что лишний раз подтверждает тезис о максимально широком представительстве среднего класса, как в целом в южнокорейском обществе, так и среди посетивших Владивосток туристов.

Расходы. Смета расходов туриста может включать самые различные статьи, нас же интересуют некоторые из них: проживание, питание, покупки, культурная программа. Выяснять размеры трат на путешествие мы не могли по этическим соображениям, поэтому наша цель заключалась в определении уровня расходов на те или иные туристические цели. Анкета предлагала распределить интересующие нас позиции по степени затратности. Оказалось, что бóльшая часть финансов без учёта стоимости перелёта уходит на проживание и питание (что обусловлено объективными обстоятельствами), второе место занимает шопинг, включая приобретение сувенирной продукции и, к сожалению, лишь небольшая часть средств тратится туристом на культурную программу вне основной экскурсионной (посещение культурно-просветительских объектов, таких как музеи, картинные галереи, театры, выставки, фестивали и пр.). Полагаем, что меньший объем расходов на культурную программу не означает предпочтительный выбор турист в пользу шопинга. Второе место покупок в его расходах объективно обусловлен тем, что они обходятся дороже, чем культурные мероприятия. Южнокорейские туристы в России нередко покупают не только сувениры, но и дорогостоящие товары, например, меховую одежду (норковые шубы и шапки), продукты питания (водку, березовый гриб чага, шоколад, мед, кедро-

вые орехи), косметику российских производителей (кремы, шампуни и пр.).

Роль социальных сетей в выборе туристического маршрута. Исследования южнокорейских специалистов подтверждают наше предположение о значительной влиянии социальных сетей на выбор общего направления и программу поездки. В Южной Корее странички популярных туристических блогеров за сутки посещают от 1 до 10 тыс. чел.²⁸⁶. Большинство востребованных блогеров, ведущих страницу о своих путешествиях, побывали во Владивостоке и отразили впечатления о путешествии в соцсетях. Срабатывает кумулятивный эффект: популярные медийные персоны едут сюда и пишут отзывы, поскольку приморская столица является востребованным направлением туризма, а её востребованность, в свою очередь, нарастает после публикации отзыва. В любом случае, присутствие Владивостока на страницах туристических блогов отражает и стимулирует популярность данного туристического направления в Южной Корее.

Блогеры рекламируют не только город, но и отдельные туристические объекты. Дегустация блюд в известных ресторанах и кафе – одно из наиболее востребованных корейцами туристических мероприятий. Посетив ресторан блогеры, пробуют местную кухню, честно оценивают её, снимают на видео и загружают в свой блог клипы о внутренних интерьерах ресторанов и гостиниц, описывают уровень сервиса и перечень услуг. Они рассказывают о достопримечательностях, которые стоит посетить, и о том, что стоит купить, тем самым повышая интерес к путешествию и стимулируя потребление товаров и услуг²⁸⁷. Большинство блогеров дорожит своей репутацией, поэтому их информация в целом носит объективный характер. Социальные сети ориентированы на культурный туризм, нередко оказываются полезными для туристов, из размещенных в блогах материалов можно узнать, например, как выглядит русская баня и как

²⁸⁶ 파워블로거 여행시장 움직이는 1인 미디어가 되다 // 여행 정보신문 / Ведущие блогеры становятся движущей силой туристического медиа-рынка // Журнал информации о путешествиях [Электр. ресурс]. URL: http://www.travelinfo.co.kr/cmm/index_rank.html?MODE=view&BD_CD=NEWS&MSEQ=31786&b_uid=2&m_uid=1&page=1 – (дата обращения: 12.10.2019).

²⁸⁷ 자매의 러시아 블라디보스톡 먹방 여행 VLOG 떠나고 싶다면 이 영상 필수 / Сестры путешествуют по Владивостоку и ведут видео-блог для тех, кто хочет отправиться в путешествие [Электр. ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=IW_xrzfBGUs (дата обращения: 12.11.2019).

ею правильно пользоваться или, как забронировать или купить билеты в Мариинский театр²⁸⁸.

Интересные данные получены в ходе опроса южнокорейской информационной кампании «Экспедия» среди 1 тыс. экономически активных граждан в возрасте от 20 до 49 лет; им был задан вопрос о том, что оказывает наибольшее влияние при составлении плана туристической поездки. Были показаны следующие результаты: популярные блогеры-путешественники и их страницы в социальных сетях (53,95%), посты друзей и знакомы в социальных сетях (24,0%), информация туристических агентств и компаний (9,3%), информация министерства культуры, спорта и туризма (7,1%)²⁸⁹. Авторитет социальных сетей (77.95%) и основных поставщиков сетевой информации – блогеров (53,95%) связан с добросовестным отношением последних к подбору и размещению сведений, связанных с их личным туристическим опытом. Блогеры пишут правду о своем путешествии, предоставляют подписчикам адекватную персональную информацию (пол, возраст, образование, род занятий и пр.), активно поддерживают индивидуальное общение, отвечая на их вопросы в комментариях или подавая дельный совет. Большинство граждан Республики Корея, молодого и среднего возраста являются активными пользователями Интернета и, планируя туристическую поездку, опираются на информацию социальных сетей, особенно если они намерены путешествовать самостоятельно, без поддержки туроператоров. Опираясь на поддержку туристических блогеров Южной Кореи, можно повлиять на расширение индивидуального туризма во Владивосток, такое предложение следует адресовать Туристско-информационному центру Приморского края.

Самые популярные достопримечательности, которые выбрали путеше-

²⁸⁸ 블라디보스톡여행 2일차 최고맛집 ZUMA격파 미니쇼핑하울 / 2-й день во Владивостоке: обед в ресторане ZUMA, демонстрация покупок [Электр. ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cawZhR2m1WA> (дата обращения: 12.12.2019).

²⁸⁹ 파워블로거 여행시장 움직이는 1인 미디어가 되다 // 여행 정보신문 / Ведущие блогеры становятся движущей силой туристического медиа-рынка // Журнал информации о путешествиях [Электр. ресурс]. URL: http://www.travelinfo.co.kr/cmm/index_rank.html?MODE=view&BD_CD=NEWS&MSEQ=31786&b_uid=2&m_uid=1&page (дата обращения: 12.10.2019).

ственников как групповых, так и самостоятельных туров, совпали. Опрос туристов, которые путешествовали самостоятельно, показал, что большую часть информации они взяли из экскурсионных программ на сайте туристических компаний, поэтому посещенные достопримечательности, которые у туристов пользовались популярностью, оказались такими же.

Степень туристической популярности Владивостока. Наш опрос позволил составить рейтинг популярности городских достопримечательностей приморской столицы: на первом месте оказалась видовая площадка на сопке Орлиное Гнездо, на втором – Спортивная набережная, третье место у начального пункта Транссибирской магистрали, четвертое – у кампуса ДВФУ. Оценивая данный рейтинг, следует принять во внимание буквальное восприятие термина «городские достопримечательности» участниками опроса. В результате ответы содержат указания исключительно на памятные места о Владивостоке, на те места в городе, которые врезались в память как его символы, вытеснив историко-культурные объекты, связанные с особым интересом корейцев, которые были описаны выше. Память о городе и интерес к сохранившемуся в нём следам собственной истории, оказывается, вещи разного порядка.

Отмеченные в рейтинге и многие другие, выпавшие из него, места образуют единую историко-культурную площадку Владивостока туристического. В предыдущих разделах диссертации мы уделили достаточное внимание историческим объектам краевого центра, пользующимся повышенным интересом туристов из Южной Кореи. Здесь же остановимся на востребованности объектов культурных.

Любая туристическая поездка в обыденном восприятии человека, включая самого туриста, состоит из «рабочей» и «свободной» частей культурной программы. Путешественники из Южной Кореи с особым энтузиазмом относятся к возможности реализовать её «свободную» часть, а значит отдают предпочтение пешим прогулкам по городу, любованию пейзажами и, наконец, посещению ресторанов и кафе. К сожалению, часто наблюдается весьма прохладное

отношение к «рабочей» части культурной программы, связанной с посещением объектов культуры: музеев, художественных галерей, театра и т. п. При этом экскурсия в музей воспринимается более лояльно, чем поход в картинную галерею. Попытаемся выяснить причины столь дифференцированного отношения к культурным объектам.

Музейные экспозиции интереснее, разнообразнее и понятнее гостям из Южной Кореи. «Понятнее» в прямом смысле процесса понимания: что собою представляет данный экспонат? Чем понятнее экспозиция, тем более интересно проводит время турист из Южной Кореи. Полагаем, что после такого пояснения информация о том, что самым популярным музеем Владивостока среди корейских туристов является комплекс «Подводная лодка С-56», не вызовет недоумения; затем следует Владивостокская крепость, тройку лидеров замыкает Музей истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева.

Такие результаты продемонстрировал наш опрос, из пояснений респондентов стало ясно, что суть проблемы заключена в коммуникативных затруднениях: (1) у корейцев возникают сложности с восприятием незнакомых культурных реалий или объектов; (2) сложности усугубляются из-за недостаточных или маловразумительных пояснений. Корейский турист нуждается в коммуникативном посреднике между собой и музейным экскурсоводом, дающим профессиональные пояснения по содержанию экспозиции и исчерпывающие ответы на поступившие вопросы. Успех коммуникации определяется уровнем квалификации переводчика, ретранслирующего профессиональные знания экскурсовода в иноязычную среду. Причем речь идёт не только о языковой компетенции, но и общекультурной подготовке гида, его образованности и опыте.

Чем сложнее музейный предмет, тем важнее адекватный коммуникационный обмен между экскурсоводом, переводчиком и туристом. Чем проще экспонат, чем легче понять его содержание визуально или на основе имеющегося эмпирического опыта, тем меньше турист нуждается в квалифицированном посреднике и пояснениях экскурсовода. В условиях дефицита компетентных гидов-

переводчиков, когда вместо них корейскую группу сопровождает непрофессионал, коммуникацию легче наладить в музеях с «простым» содержанием, успех подводной лодки предопределён. Автору не раз приходилось наблюдать картину, когда южнокорейскую туристическую группу по музею или картинной галерее самостоятельно водил соотечественник туристов, прекрасно владеющий своим языком, но плохо разбирающийся в выставленных материалах, да и по-русски говорящий с трудом. Понятно по какой причине он отказывается от музейного работника, такое посещение сложно назвать экскурсией, скорее – беглым осмотром.

В современном музейном деле применяются различные варианты разрешения коммуникативных затруднений иностранных экскурсантов: теле- и радиогиды, интерактивные и мультимедийные средства, виртуальные экскурсии, которые можно скачать из Интернета и использовать непосредственно в музее, однако все это сначала нужно обеспечить переводом в нашем случае на корейский язык, а технической воплощение – дело вторичное. К сожалению, не только музеи, но и ни один другой историко-культурный объект Владивостока к подобному сервисному уровню даже не подступался. Единственное, что кое-где сделано для облегчения коммуникативных затруднений – это краткие пояснения к экспонатам на английском языке. Однако, в случае с самыми массовыми потоками туристов во Владивосток: китайцами и корейцами – данный вариант проблемы не решает.

Пионером в создании информационного обеспечения туристов материалами на корейском языке является Музей истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева, напечатавший краткий путеводитель на корейском языке, снабдивший бохайскую экспозицию пояснительными аннотациями на корейском языке, инициировавший проект подготовки аудиопутеводителя по городу на корейском языке. Усилия музея привлекли сюда больше посетителей из Южной Кореи, осмотр музея стал для них более познавательным, но коммуникативную среду для массового туриста это не решит. Музей им. В.К. Арсеньева применяет и

другие методы повышения популярности у корейских туристов, они носят, как правило, характер рекламных акций, например, он заключил партнерское соглашение с крупнейшим южнокорейским авиаперевозчиком «Кореан Эйр», в соответствии с которым пассажиры авиакомпании получили право на 50%-ю скидку при оплате входного билета в музей до 14 января 2020 г.²⁹⁰

Ещё труднее заинтересовать обычного, не ориентированного на художественное искусство, туриста экскурсией по картинной галерее. Коммуникативная проблема усугубляется однородностью экспонатов, туристы со всей очевидностью скучают, что негативно сказывается на востребованности данного культурного объекта. Южнокорейские группы бывают в Центре современного искусства «Заря» и в Приморской государственной картинной галерее, чаще в небольшой арт-галерее «Ностальгия». Однако, даже работники этих учреждений культуры вынуждены признать, что зарубежных туристов здесь мало, отмечают, что бывает несколько групповых посещений в год, а это выглядит странным на фоне растущего притока въездного туризма во Владивосток²⁹¹. Авиакомпания «Кореан Эйр» решила оказать содействие Приморской государственной картинной галерее в переводе на корейский язык её путеводителя²⁹², что станет первым шагом на пути решения описанных выше коммуникативных проблем. Из трёх названных художественных галерей лишь арт-галерея «Ностальгия» достаточно популярна среди южнокорейских гостей города, но объясняется это очень просто: «Ностальгия» является скорее кафе и местом, где можно приобрести традиционные сувениры, предметы художественного ремесла, изделия из янтаря и пр., её экспозиционная роль невелика.

Владивосток располагает уникальным театральным объектом – Приморской сценой Мариинского театра, учреждением культуры с мировым именем и

²⁹⁰ Скидка 50% для пассажиров авиакомпании «Korean Air» // Официальный сайт Приморского государственного объединённого музея имени В.К. Арсеньева [Электр. ресурс]. URL: <http://arseniev.org/press/9874/> (дата обращения: 02.04.2019).

²⁹¹ По материалам интервью авт. с анонимным сотрудником Приморской краевой картинной галереи (12.03.2018 г.).

²⁹² Кореан Эйр – национальная и крупнейшая авиакомпания Южной Кореи [Электр. ресурс]. URL: <https://www.koreanair.com/global/ko/about/who-we-are2.html> (дата обращения: 13.08.2019).

огромным туристическим потенциалом. Многие туристы, приехавшие из Южной Кореи, готовы к посещению театрального представления, поэтому туристические агентства Владивостока, как правило, включают его в программу тура. Однако корейские туристы далеко не всегда готовы к посещению приморской Мариинки, мало кто из них разбирается в европейских сценических жанрах, нередко просмотр оперы или балета в театре оказывается для них неожиданным испытанием, т. к. от театрального представления, заявленного в программе, они ожидали чего-то иного. Сказывается и усталость от насыщенной дневной программы, туристам сложно досмотреть спектакль до конца. Избежать проблем можно с помощью заблаговременного и полного информирования туристов о том, что их ожидает на спектакле в Мариинке. И это – ответственность туроператора, а Приморская сцена Мариинского театра всегда будет иметь не массовую, но благодарную целевую аудиторию среди приехавших во Владивосток зарубежных туристов.

Предварительная работа отправляющего туроператора по формированию целевой туристической аудитории, наряду с работой принимающего туроператора по реализации избранных группой целей, на наш взгляд, могла бы решить многие отмеченные ранее проблемы, включая полное и объективное информирование туристов на подготовительной стадии поездки. Однако возможность такого рода взаимодействия туристических организаций двух наших стран появится не скоро, она потребует принципиально нового уровня отраслевого менеджмента как в России, так и в Южной Корее.

И, всё же, что-то в этом направлении делается; так, в разгар летнего сезона 2018 г. Владивосток и Приморский край в течение одного месяца посетило 487 групп, из них 426 преследовали культурно-познавательные цели, связанные историей Кореи, поэтому программы их пребывания включали посещение археологических памятников и мемориальных мест, имевших отношение к антияпонскому национально-освободительному движению. Они выезжали за пределы города и имели весьма ограниченную по времени и содержанию програм-

му во Владивостоке. Культурно-познавательные цели остальной части – 61 группы – подразумевали знакомство с русской культурой, они оставались во Владивостоке и посещали, преимущественно, его культурные достопримечательности²⁹³. Приведённая выше информация интересна по двум причинам: во-первых, она демонстрирует возможность организации программы пребывания группы на основе предварительного согласования целевой установки; во-вторых, подтверждает наш тезис о том, что цели знакомства с русской культурой преследуют намного меньше корейских туристов, чем интересующихся собственной историей и её следами на российском Дальнем Востоке. Итак, предварительная целевая дифференциация туристов из южной Кореи необходима и возможна. В какой-то мере это уже реально действующий фактор, но он пока ещё слишком широк, в перспективе нужно обеспечить бóльшую детализацию.

Общее отношение к стране и региону. Большинство опрошенных нами туристов сочли россиян приветливыми, дружелюбными и умеющими вызвать интерес. Общие впечатления от поездки оказались благоприятными, Владивосток произвёл хорошее впечатление и вызвал желание вернуться сюда ещё раз у подавляющей части респондентов.

Опрос позволил составить рейтинг мест и занятий, к которым туристы из Южной Кореи хотели бы возвратиться при повторном визите во Владивосток. Его возглавило посещение достопримечательных мест и познавательные экскурсии. На второе место вышли культурные мероприятия, праздники и региональные фестивали. Третью позицию заняла Приморская сцена Мариинского театр, четвертую – исторические места и музеи, на пятом месте природа, активный отдых и казино.

Очевидно, что для южнокорейских туристов даже в случае повторного приезда во Владивосток приоритетным остаётся знакомство с культурой и историей, об этом свидетельствует пятая позиция альтернативного отдыха, свя-

²⁹³ Подсчёты выполнены авт. по информации представительства Национальной организации туризма Кореи во Владивостоке.

занного с природой, спортом и азартными играми. В общем комплексе историко-культурных целей культурные предпочтения опередили склонность к постижению истории, Полагаю, что причина смены взаимного положения двух приоритетных позиций кроется в том, что в ходе первого визита основные познавательные цели в сфере изучения истории достигнуты, знаковые объекты осмотрены, дань уважения памятным местам отдана. В то же время, и мы об этом вели речь выше, культурные цели остались не реализованными либо полностью, либо частично (посещение фестиваля, художественной галереи, театра). На них не хватило времени (краткость срока пребывания, выезд из города на исторические объекты, напряжённая программа) или пострадало качество реализации культурной цели (коммуникативные затруднения, было не интересно в художественной галерее, уснул в театре и т. п.). Таким образом, система ценностей и целевых установок корейского туриста после поездки во Владивосток не изменилась. Перемены в их рейтинговой последовательности для возможного второго визита связаны лишь с тем, что турист в ходе повторного приезда во Владивосток осознанно нацелен на компенсацию того, что не получил или не получил при первом знакомстве с городом. Ровно эта же причина вывела на первое место посещение достопримечательных мест и познавательные экскурсии. Речь идёт о том, что туристу не хватило времени и сил (в условиях напряжённой программы) для знакомства с самим городом.

Обращает на себя внимание третья позиция Приморской сцены Мариинского театр, однако и в этом случае сработала компенсаторная цель: престижный объект либо не был включён в программу первого тура, либо разочаровал, а значит, к нему следует присмотреться ещё раз и повнимательней, ведь все восхищаются, чем я хуже?

Единственная реальная новелла в рейтинге целевых установок на повторный визит – казино. На наш взгляд, это случайное обстоятельство, образно говоря «ради спортивного интереса», а если серьёзно: казино является слишком серьёзной целью, ориентироваться на которую может специфический и ограни-

ченный круг туристов. У рядового, массового, среднестатистического потребителя туристических услуг нет причины ставить подобную цель и нет условий для её реализации.

Оценка некоторых туристических программ. Владивосток вместе с другими туристическими зонами Приморского края во втором десятилетии XXI в. стал излюбленным местом туристов из Южной Кореи. На выбор направления поездки влияет целый ряд факторов: географическая близость, относительная дешевизна и возможность сэкономить на транспортных расходах, интерес к региону как «витрине» европейского мира в Азии, разнообразные и уникальные (для жителей Южной Кореи) туристические ресурсы, за редким исключением достаточный уровень предоставляемых туристических и прочих услуг – всё это сочетается в потенциальных возможностях Приморья и Владивостока привлечь существенный поток туристов из Республики Корея.

На состояние и перспективы региональной туристической отрасли влияют современные туристические программы, реализацию которых поддерживают местные туроператоры. По мнению южнокорейских гостей приморской столицы, их удачным решением стало включение в программу пребывания во Владивостоке нижеследующих элементов традиционного российского и специфического регионального колорита:

(1) Традиционная русская баня, как неотъемлемый атрибут культуры русского народа. Посещение сауны, аквапарков, водно-оздоровительных комплексов и спа-процедур чрезвычайно популярный вариант проведения досуга в Южной Корее. Жители Сеула и других крупных городов имеют доступ к развитой и технологически совершенной банной отрасли. Однако в каждой стране она привлекает своими особенностями, поэтому избалованному отечественными удобствами, южнокорейскому туристу, всё же, интересно посетить русскую баню, несмотря на её скромный облик в сравнении с сервисными реалиями Южной Кореи. Особенно интересны парная и процесс отдыха после неё. Влажной, а не сухой сауной туриста из Кореи не удивишь, но то, что в ней происходит (в

связи со словом «париться») вызывает бурю искренних эмоций. Специальное помещение и процесс отдыха в русском стиле после парилки – это тоже вариант экзотики, интересный корейцам.

(2) Выезд на дачу с приготовлением шашлыка. Пикник популярен в Южной Корее, но дача – непривычное культурное явление, встретиться с которым можно исключительно только в России. Необычно всё: загородный домик, сады – огороды, процесс приготовления и дегустация шашлыка и многое другое, например возможность увидеть на грядке, самому сорвать морковь, баклажан или огурец, а потом насладиться вкусом «добычи» вместе со всеми за столом под открытым небом. Любому человеку, выросшему и живущему в «городских джунглях», важно изредка взаимодействовать с природой, наслаждаться естественными ландшафтами, цветами, прогулкой по живописному месту. Корейский турист, как представитель традиционно аграрно-ориентированной нации, оценит такую возможность вдвойне. Выезд на дачу – замечательный элемент экологического туризма в напряжённой программе корейских гостей, ориентированных на преимущественное потребление историко-культурной туристической продукции.

Особо следует подчеркнуть эмоциональный фон, возникающий во время дачного и банного общения корейцев с русским, иностранец получает возможность личного приобщения к душевной теплоте и гостеприимству русского народа.

(3) Владивосток имеет уникальную возможность обеспечить элементы экологического туризма даже в зимний сезон: большой популярностью у корейских туристов пользуются подлёдная рыбалка, а также выезд в пригородную лесную зоны для катания на сани и ездовых собаках. Встать на лыжи или коньки, как это часто предлагается в России, способен далеко не каждый кореец, а вот сесть в сани и прокатиться на собачьих упряжках после краткого инструктажа интересно будет всем.

Зима позволяет приморским туристическим операторам привлечь тури-

стов из Южной Кореи к участию в двух фестивальных мероприятиях, сочетающих традиционный и региональный колорит, цели экологического и познавательного туризма, активный отдых на открытом воздухе и образ жизни русского народа: ледовый марафон и празднование Масленицы.

(4) Владивостокский ледовый полумарафон «Honor Vladivostok Ice Run»²⁹⁴, включающий забеги на разные дистанции по морскому льду в прибрежной зоне о-ва Русский и небольшое культурное их сопровождение. Увлекательный тур по замерзшему морю для гостей приморской столицы из Южной Кореи – настоящая экзотика. Интересно даже детям, ведь и для них предусмотрен ледовый «марафон» на 500 м.

(5) Кульминацией туристической программы Владивостока в зимний период следует считать этнографический фестиваль «Масленица», по размаху и содержанию он сопоставим, а по некоторым позициям даже превосходит летние культурные фестивали краевого центра – «День тигра», «День города», фестиваль «Владивостокская крепость». Участие в праздновании Масленицы во время зимней поездки во Владивосток – это настоящая удача для южнокорейского туриста. Он получает возможность взглянуть на этнографию и традиционную культуру России «изнутри», активно участвуя в происходящем и адекватно воспринимая суть действия. Особый интерес для него представляют этнографические и фольклорные элементы фестиваля (сжигание соломенного чучела, кулачное единоборство и другие состязания, выступление фольклорных коллективов, хороводы и другие этнографические реконструкции), а также возможность реализовать цели гастрономического туризма (русский чай, блины, мёд, варенье и пр.). Интерактивный характер празднования Масленицы вместе с инсайдерским положением корейского туриста делает этнографический зимний фестиваль самым запоминающимся событием зимнего туристического сезона во Владивостоке.

²⁹⁴ См.: Международный Владивостокский ледовый полумарафон 2019 [Электр. ресурс]. URL: <https://russiarunning.com> (дата обращения: 17.05.2019) или 4-й Владивостокский ледовый полумарафон (Honor Vladivostok Ice Run) 2019. Владивосток, Россия. Февраль 2019 [Электр. ресурс]. URL: <https://letsportpeople.com/ru> (дата обращения: 17.09.2019).

(6) Не только Масленица, но и некоторые другие туристические программы дают возможность реализовать гастрономические цели поездки в Россию, приведём лишь один пример из нескольких – это гастрономический фестиваль «Держи краба!», нацеленный на привлечение внимания жителей и гостей Владивостока к камчатскому крабу и другим морепродуктам. Впервые фестиваль состоялся в 2016 г., его ошеломительный успех предопределил ежегодное повторение. На третий год проведения «Держи краба!» не только стал одним из самых популярных осенних туристических событий во Владивостоке, но приобрёл общероссийский характер. С 25 октября по 5 ноября 2018 г. в ресторанах Владивостока, Хабаровска, Петропавловска-Камчатского, Южно-Сахалинска, Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Красноярска, Ярославля, Челябинска, Уфы и Сочи гостям предлагали блюда из синего краба по специальной цене, а также давали возможность увидеть знаменитого камчатского краба живьём²⁹⁵.

Корейцы известны своим культом питания и особо трепетным отношением к морепродуктам, поэтому они с удовольствием участвуют в гастрономически-ориентированных действиях, а если обеспечить привычный для Кореи способ подачи популярного блюда (аквариумы с живыми крабами, креветками и пр.), успех мероприятия гарантирован. Фестиваль «Держи краба!» является удачным примером использования местного ресурса в туристических целях и одновременно при одновременной реализации коммерческих целей рекламной кампании.

Упомянутые в этом и других разделах нашего исследования примеры реализации культурной туристической продукции Владивостока и Приморского края формируют благоприятную коммуникативную среду для реализации основных познавательных целей культурного туризма южнокорейцев: погружения в историю, культуру и традиции посещаемого региона, прикосновения к некоторым страницам собственной истории, с пользой провести время за границей и

²⁹⁵ Традиционный гастрономический фестиваль «Держи краба!» открылся во Владивостоке // PrimaMedia.ru [Электр. ресурс]. URL: <https://primamedia.ru/news/752444/> (дата обращения: 15.01.2020).

активно отдохнуть. Разумеется, отмеченные выше недостатки в организации туристического сервиса снижают продуктивность межкультурной коммуникации, поэтому полагаем необходимым ещё раз к ним вернуться.

2.4.2. Основные проблемы и пути их решения

Внутренняя логика нашего исследования потребовала проводить анализ проблем туристического сервиса внутри описания отдельно взятого туристического объекта или продукта, поэтому в предыдущих разделах Главы 2 мы не раз называли недостатки сферы туризма Приморского края и его столицы и предлагали пути их преодоления с учётом специфики южнокорейских туристов. В настоящем разделе мы попытаемся обобщить ранее полученные результаты и дополнить проблемный ряд, решение которого позволит краевой сфере туризма выйти на более высокий уровень обслуживания и коммерческой эффективности.

Проанализированные выше недостатки можно распределить по 5 группам: (1) сервисные проблемы, (2) информационные проблемы, (3) инфраструктурные проблемы, (4) проблемы менеджмента, (5) коммуникационные проблемы (языковые и культурные различия). Следует отметить, что некоторые конкретные недостатки могут занимать позицию в нескольких группах одновременно, в зависимости от того, с каких позиций их рассматривать. Примером может служить проблема дефицита квалифицированные гидов / гидов-переводчиков и привлечения к обслуживанию туристов сопровождающих лиц с недостаточным уровнем и набором компетенций. В первую очередь – это сервисная проблема, существенно снижающая качество предоставляемых туристу услуг; во вторую – коммуникационная, поскольку дополнительно усиливает естественные барьеры межкультурной коммуникации. Если же учесть, какую роль в решении проблемы качественного сопровождения туристов играют или должны сыграть туристические организации, надзорные органы государствен-

ной власти и т. п., есть основания поставить проблему квалифицированных гидов в группу, связанную с управлением и менеджментом. То же самое с недостатками транспортного обеспечения (напомним о длительном и некомфортном пешем переходе от Кроуновки до бохайского городища): на первый взгляд – это очевидная инфраструктурная проблема, но от неё страдает уровень сервисного обслуживания, поэтому она имеет основания быть отнесённой к сервисной группе.

Мы привели данные примеры с целью обосновать ещё один наш вывод: большинство проблемных моментов туристической отрасли носят комплексный характер в силу из взаимосвязи и взаимного влияния. Поэтому в ряде случаев для решения проблемы или устранения конкретного недостатка требуются комплексные решения, и точечных мер будет недостаточно. Та же проблема гидов требует взаимосвязанных решений на уровне туроператора и региональных властей, вплоть до принятия каких-то юридических актов, затрудняющих или запрещающих работу нелегальных гидов. Однако, даже после принятия необходимых мер обеспечить полный контроль, на наш взгляд, не представляется возможным. Гид-нелегал в любой момент может уйти от ответственности, заявив, что он волонтер, знакомый или родственник туриста и помогает соотечественникам на безвозмездной основе.

К перечню ранее озвученных проблемам следует полное отсутствие во Владивостоке (и тем более – на периферии края) современной туристической продукции, основанной на информационных технологиях. Единственным исключением следует назвать Музей истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева, где в последние годы их уже внедряют, но и этот музей находится в самом начале пути. Пока южнокорейских гостей города интересуют преимущественно его достопримечательности, обычного экскурсионного обслуживания будет достаточно, но стремительно приближается время, когда запросы и ожидания туристов изменятся, и удовлетворить их можно будет лишь на основе применения передовых технологий. Пришло время задуматься о внедрении в туристическую

сферу Владивостока цифровых и информационных технологий, нацеленных на развитие интерактивного туризма. Особенно актуальной выглядит эта задача при работе с туристами из Южной Кореи, давно знакомыми и активно использующими возможности интерактивного технологически оснащенного туризма у себя дома.

Мы неоднократно позитивно оценивали разнообразие культурной продукции, которую Владивосток уже предоставляет зарубежным туристам, отмечая в том числе, что в ней представлены программы, специально ориентированные на южнокорейского туриста. Проблема в том, что они не равномерно представлены в календаре. По понятным причинам они концентрируются вокруг летнего туристического сезона, обеспеченность зимних поездок во Владивосток оставляет желать лучшего. Перераспределение туристических программ по календарю не реально: к примеру, выезд на бохайское городище зимой физически не возможен. Выход мы видим в расширении ассортимента культурной туристической продукции, внедрение таких новых вариантов, которые были бы интересны корейцам и не зависели от сезона. Анализируя наиболее востребованные туристические практики Южной Кореи, мы привели пример проекта «Путь тхэквондо» (см. раздел 1.3.1.); полагаем, что корейский опыт можно применить во Владивостоке и разработать туристическую программу на базе самобытного вида российского спорта – самбо. В перспективе она могла бы стать достоянием приморского туристического ресурса.

Несмотря на нацеленность большинства южнокорейских групп посетить определённые памятные места, у них существуют и другие культурные потребности, однако время их реализации ограничено в силу длительных поездок за пределы Владивостока. Полагаем, что российским туроператорам не будет сложно предоставить различные туристические услуги краткие по времени, но позволяющие переключиться с познавательных историко-культурных целей на досуг. Возможные варианты с обязательным интерактивным подключением гостей: приготовление традиционных блюд (слепить пельмень / вареник из заранее

заготовленных компонентов, сварить и попробовать); русский чай (заварить чай с травами и подать его по русской традиции); примерка национальных костюмов народов, проживающих в Приморье с последующим фотографированием; мастер-класс народного или бального танца; мастер-класс русской борьбы самбо и многое др.). Заехать на эти мероприятия можно после серьёзной экскурсии, замечательно было бы организовать что-то подобное и по пути, например в п. Барабаш или на Хасане.

Туристические группы, ориентированные на культурные цели, тоже нуждаются в подобном разнообразии, но у них есть и более сложные пожелания, связанные с организацией специальных тематических экскурсий. Такая программа есть, например, в Музее истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева (бохайская экспозиция, обеспеченная минимальным объемом информации на корейском языке), но одного тематического маршрута, явно, не достаточно. Возможные варианты: тематические экскурсии «Владивосток театральный», «Вечерний город», «Писатели и художники Владивостока» и др. В качестве эксперимента можно попробовать обыграть тему «Японский след в истории Владивостока» с демонстрацией киноматериалов, однако к ней следует подходить осторожно, принимая во внимание национальные чувства корейцев и делая акцент на негативных моментах из истории японской интервенции. К сожалению, сейчас собственно культурный компонент владивостокской программы большинства туристических групп из Южной Кореи ограничивается посещением Приморской сцены Мариинского театра.

Некоторую информацию к размышлению дал проведенный нам опрос среди 500 туристов из республики Корея, побывавших во Владивостоке. Респонденты отметили ряд затруднений или проблемных моментов, с которыми столкнулись в краевом центре:

- недостаточно интересных культурных объектов и достопримечательностей;
- не хватает туристических и транспортных указателей;
- транспортные проблемы (пробки и замедленное движение в центре, парковка

- туристических автобусов);
- отсутствие туристического сервиса в ночное время (нечем заняться в свободное время);
 - отсутствие должного уровня обслуживания и привычных видов сервиса, особенно в сфере общественного питания (долгое ожидание в ресторане, отсутствие кнопки для вызова официанта и пр.);
 - бытовые неудобства в гостинице (отсутствие сливного отверстия на полу ванной комнаты);
 - узость дополнительного туристического сервиса в аэропорту (отсутствие современных и интересных мест ожидания и шопинга);
 - замечания по состоянию конкретных туристических объектов: (1) один из наиболее востребованных объектов города – видовая площадка на сопке Орлиное Гнездо требует реконструкции, и особенно ведущая к ней крутая лестница, днём по ней подниматься трудно, а в ночное время опасно; (2) внутреннюю зону проулка между домами по ул. Фокина, 10 и ул. Светланская, 9 можно превратить в туристический арт-объект, художники здесь уже оставили свой след, но дело было брошено на полпути и требует завершения.

Большинство проблемных моментов, отмеченных участниками опроса, относятся к группам сервисных или инфраструктурных проблем, возвращаться к которым нет необходимости. В то же время три претензии, высказанные туристами из Южной Кореи, нуждаются в дополнительном комментарии. Программа 2 – 4 дней пребывания во Владивостоке настолько интенсивна, что в дневное время у туристов нет свободного времени, они получают его лишь поздним вечером и ночью, но реализовать какие-то собственные планы и потребности, отличные от заложенных в программу групповых, действительно не удаётся по причине отсутствия ночных туристических услуг. Полагаем, что эта проблема в большей мере возникает не по вине принимающей стороны, а ввиду приезда туриста на столь непродолжительный срок и его вынужденного согласия на интенсивную дневную программу.

Сетования на бытовые неудобства гостиницы (общий слив на полу ванной комнаты) и отсутствие привычных способов организации сервиса (возможность дистанционного вызова официанта) означают личную неподготовленность туриста к нахождению в инокультурной среде. Эту проблему можно отнести к коммуникативной группе, но её разрешение – задача самих туристов, точнее их предварительного информирования. Понимающий проблемы межкультурной коммуникации, человек не станет выдвигать претензии, связанные с различием строительной практики и бытовых традиций двух народов. На претензию по поводу дистанционного вызова официанта можно взглянуть и под другим ракурсом: разумно будет, если корейцы откажутся видеть проблему в том, чего нельзя исправить ввиду несоответствия традиций и практик двух стран, но россияне могут подстроиться под запросы корейских гостей там, где для этого не нужно прилагать особых усилий. Действительно, в системе общественного питания России нет традиции дистанционного вызова официанта, но побывав в Южно-Сахалинске, вы встретитесь с нею практически повсеместно. Обеспечить такой сервис несложно, а удобство он доставит и гостям, и жителям города.

И, всё же, предотвращению конфликтных ситуаций, связанных с различием бытовых привычек, менталитета и культуры поведения, следует уделять серьёзное внимание, ведь в результате развития конфликта страдает общее впечатление туриста о поездке, что в свою очередь, отражается на имидже страны и народа. Выше мы говорили, что одна из целей культурного туризма заключается в формировании взаимного позитивного имиджа и создании благоприятных условий для межкультурной коммуникации и развития межгосударственных отношений.

Предотвращение подобных коммуникативных проблем зависит от усилий двух сторон: (1) сторона, отправляющая туриста, в ходе предварительного информирования должна обеспечить его хотя бы минимальным набором предостережений; (2) принимающая сторона, представленная сопровождающим ту-

ристов гидом, должна в ежедневном режиме предотвращать, а при необходимости разрешать конфликтные ситуации методом предостережений и разъяснений. Возвратимся к тем же, сливным отверстиям в полу: и отправляющая, и принимающая стороны обязаны чётко уведомить корейского туриста, что он должен вести себя в ванной комнате российской гостиницы иначе, чем привык дома, в противном случае личных неудобств и конфликтных ситуаций с персоналом не избежать.

Чтобы не возникали проблемные моменты в ресторанах, связанные с долгим ожиданием обслуживания, отправляющая сторона и местный гид заранее должны разъяснить туристам, что менталитеты двух народов отличаются. Южная Корея – страна с высоким уровнем социальной конкуренции, и это ускоряет темп жизни и заставляет людей делать всё быстро. Российскому менталитету присущи неторопливость и размеренность, в том числе во время приёма пищи, поэтому блюда подаются на стол последовательно и с паузами между ними. В Корее привыкли, что все блюда подаются на стол практически сразу и поглощаются без определенного порядка, а кнопка дистанционного вызова официанта является средством ускорения процесса. Привыкшие к иному темпу, россияне в ней не нуждаются, корейский вариант обслуживания им тоже может не понравиться: слишком быстро и беспорядочно, словно вас хотят поскорее выставить за дверь. Привычка спешить и незнание русского порядка подачи блюд часто оборачиваются ещё одним неприятным моментом: корейские туристы могут принять закуски за основную пищу, скудную по их разумению, чтобы не уйти голодными, они съедают большое количество хлеба, насыщаются, а потом не понимают, зачем и почему так поздно принесли суп. С супом тоже есть проблема: в Корее его подают в последнюю очередь, и неподготовленный турист готов выйти из-за стола или уже ушел, а ему несут основное блюдо.

Бытовые мелочи, разумеется, но они могут портить впечатление и порождать конфликты. Подчеркнём ещё раз, предотвратить их легко – в Корее нужно проводить предварительное информирование, а в России обеспечивать квали-

фицированное сопровождение, поскольку профессиональный гид знает о возможности возникновения и умеет предотвращать ситуации подобного рода.

Существование больших и малых проблем туристической сферы Владивостока и Приморского края во многом определяется отсутствием опыта у местных работников и организаций, отвечающих за сопровождение зарубежных туристов. Отраслевой опыт нарабатывается десятилетиями, а Приморье и краевой центр приступили к созданию туристического хозяйства сравнительно недавно, с начала 1990-х гг., при этом серьёзные задачи перед ними возникли ещё позже – не более 10 – 15 лет назад. Нужно согласиться с тем, что туристическая инфраструктура и сервис находятся здесь ещё в стадии становления.

Следует признать, что и региональное руководство, и организаторы туристического бизнеса, и работники туристической сферы, и, наконец, жители города и края прилагают немало усилий для поиска наиболее оптимальных путей развития отрасли. Существование проблемных зон осознаётся и признаётся на всех уровнях ответственности, а реакция на причиненные неудобства наблюдается на всех уровнях отраслевой компетенции. Об этом свидетельствует отраслевая практика последних лет, неуклонный прирост въездного туристического потока, в том числе из Республики Корея, а также установочные и практические меры городской и краевой администрации.

Департамент туризма Приморского края, отвечающий за состояние и развитие отрасли на уровне краевых властей, разработал и по многим позициям уже реализовал меры реагирования на нарекания, поступающие от зарубежных туристов:

(1) В Приморье создан Туристско-информационный центр²⁹⁶, установлены информационные транспортные и туристические указатели²⁹⁷. В международном аэропорту Владивостока расширяется сервисный ряд, открываются кафе и су-

²⁹⁶ Туристско-информационный центр Приморья начнет работу в сентябре // Администрация Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://primorsky.ru/news/69969/?sphrase_id=3455064 (дата обращения: 17.11.2019).

²⁹⁷ Знаки для туристов установят в районах Приморья // Администрация Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://primorsky.ru/news/115364/?sphrase_id=3454475 (дата обращения: 21.10.2019).

венирные магазины, повышается комфортность зоны ожидания.

(2) При поддержке федеральных властей и ведущих учреждений культуры России во Владивостоке создаются местные объекты культуры более высокого уровня: Приморский театр оперы и балета реорганизован в Приморскую сцену Мариинского театра; реализуются планы по открытию филиалов Эрмитажа и Государственного Русского музея и Третьяковской галереи на базе Приморской государственной картинной галереи²⁹⁸; последним по времени примером является присвоение в декабре 2019 г. федерального статуса Приморскому государственному объединенному музею им. В.К. Арсеньева, теперь это Музей истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева с более масштабными целевыми установками и возможностями²⁹⁹.

(3) Реализуется программа решения транспортных проблем Владивостока (пробок, загруженности центральных дорог, мобильности общественного транспорта), в частности растет число «умных» светофоров, введена услуга электронной оплаты проезда в муниципальном транспорте³⁰⁰.

(4) На о-ве Русский заработал перспективный туристический объект «Приморский Океанариум», продолжается развитие зоны туризма и бизнеса, планируется создать центр MICE³⁰¹, международный образовательный центр, новые музеи, православный храм, аквапарк, курортный отель³⁰². Реализация этих планов выведет Владивосток на принципиально новый уровень международного туризма.

(5) Разработан и одобрен на федеральном уровне ряд проектов по модернизации и строительству инфраструктурных объектов: вторая объездная автотрасса (от

²⁹⁸ Путин поддержал создание филиалов Эрмитажа, Русского музея и Академии Вагановой в Приморье // Официальный сайт администрации Приморского края [Электр. ресурс]. URL: http://www.primorsky.ru/news/117007/?sphrase_id=3454453 (дата обращения: 02.10.2019).

²⁹⁹ Музей истории Дальнего Востока имени В.К. Арсеньева: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://arseniev.org/about-museum/history/> (30.01.2020).

³⁰⁰ 9 умных светофоров во Владивостоке заработают уже в сентябре // Золотой Рог [Электр. ресурс]. URL: http://www.zrpress.ru/society/vladivostok_25.05.2018_89291_9-umnykh-svetoforov-vo-vladivostoke-zarabotajut-uzhe-vsentjabre.html (дата обращения: 02.12.2019).

³⁰¹ Область индустрии делового туризма, связанная с организацией и проведением различных корпоративных мероприятий (от англ. Meetings, Incentives, Conferences, Events).

³⁰² 국민대 유라시아 연구소 경제 발전경험 공유사업 산업 무역 정책자문 러시아 연해주. 서울, 2016. С. 80-81. / Ун-т Кунмин; Ин-т европейских исследований. Программа обмена знаниями в области экономического развития. Рекомендации по индустриальной и торговой политике в Приморском крае. Сеул, 2016. С. 80-81.

низководного моста на Седанке до крайней оконечности полуострова Эгершельд), второй мост на о. Русский (со стороны полуострова Эгершельд)³⁰³.

(6) Предусматривается модернизация туристического объекта «Орлиное Гнездо», в ходе которой до 2025 г. планируется создать музейный и театрально-образовательный комплекс³⁰⁴.

(7) В 2020 г. начинает работу первый во Владивостоке мультимедийный туристический объект Исторический парк «Россия – моя история», являющийся филиалом общероссийской системы мультимедийных исторических парков, в которых панорамно представлена вся история страны с древности до наших дней и располагающийся вблизи «Орлиного Гнезда», что позволит объединить два новых туристических комплекса в единый объект³⁰⁵.

Указанные масштабные проекты составляют часть стратегии развития туризма в Приморье, которая определяется государственной программой Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае на 2020 – 2027 годы» (утверждена 25 декабря 2019 г., нормативный акт Администрации Приморского края № 903-па)³⁰⁶, разработанной специалистами отрасли под руководством Департамента туризма Приморского края. Программа развития туризма в Приморье, рассчитанная на 2020 – 2027 гг., является преемницей и логическим продолжением политики краевого руководства, закреплённой в стратегии предыдущего периода в соответствии с Государственной программой Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае на 2013 – 2021 гг.»³⁰⁷ Последовательная разработка комплексных программ развития туристической сферы Приморья и настойчивые усилия краевых властей в тесном взаимодействии с органами фе-

³⁰³ Там же. С. 82.

³⁰⁴ Комплекс на сопке Орлиное гнездо с двумя фуникулерами и гостиницей построят к 2025 году // Комсомольская газета [Электр. ресурс]. URL: <https://www.dv.kp.ru/daily/27023/4087361/> (дата обращения: 02.10.2019).

³⁰⁵ Там же.

³⁰⁶ Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае на 2020 – 2027 годы» // Официальный сайт Правительства Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://www.primorsky.ru/upload/medialibrary/ddc/ddce77e5aa83558f80c2660bdd73b6a9.pdf> (дата обращения 10.01.2020).

³⁰⁷ Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае на 2013 – 2021 годы» (от 07.12.12 г. № 396-па) // Официальный сайт Правительства Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://www.primorsky.ru/upload/medialibrary/ddc/ddce77e5aa83558f80c2660bdd73b6a9.pdf> (дата обращения 10.01.2020).

дерального и муниципального управления свидетельствуют о том, что руководство Приморского края проводит продуманную, долгосрочную и перспективную политику, нацеленную на превращение региона в зону развитой туристической индустрии мирового уровня.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие двустороннего культурного туризма является весомым вкладом в укрепление дружбы, добрососедства и взаимопонимания между народами Российской Федерации и Республики Корея, он имеет прочную историко-культурную базу и играет особую роль в российских дальневосточных регионах, таких как Приморский край, на территории которого проживают десятки тысяч этнических корейцев. Сохраняя, развивая и передавая подрастающим поколениям россиян и корейцев традиционную национальную культуру, народы наших стран видят в культурном туризме одно из важных направлений межгосударственного гуманитарного обмена в сфере культуры, искусства и образования, что способствует взаимному обогащению национальных культур.

Основные направления и содержание туризма определяются культурной политикой государства, нацеленной на расширение влияния национальной культуры на международной арене. Национальная культура определяет содержание культурного туризма, позволяющего не только преодолеть коммуникативные барьеры, но и стимулирующего культурный и гуманитарный обмен между странами и народами. Культурный фактор остаётся основой туристической деятельности в современном мире.

Культурный туризм имеет особое значение и для сохранения национального культурного наследия двух стран. Особенно отчетливо оно проявляется в совершенствовании туристической инфраструктуры и определении юридического статуса наиболее значимых историко-культурных объектов и мероприятий. Культурный туризм повлек за собой повышения спроса на ресурсы инфраструктуры (гостиницы, пункты общественного питания), также, ожидается рост потребительского спроса на объекты культуры и искусства. Посещение путешественниками объектов Всемирного природного наследия, культурно-исторических памятников, картинных галерей и музеев, фестивалей и других культурных мероприятий создает значительный рекламный эффект, который с дальнейшим продвижением культурного туризма будет только усиливаться.

Развитие культурного туризма стало интегрированной частью государственной и региональной политики в Республике Корея и Российской Федерации. Одновременно с этим туризм остаётся объектом культурного потребления и производства, что означает сохранение не только политической, но и его экономической роли.

В последние несколько лет наблюдается очевидная тенденция ежегодного увеличения туристического потока из Приморья в Южную Корею, равно как и рост численности южнокорейских граждан, посещающих Приморский край в целях культурного туризма. Основываясь на этом, органы государственной и региональной власти обеих стран определяют развитие туризма в качестве приоритетного направления своей деятельности, особо концентрируют внимание на становлении современных форм культурного туризма, потенциал которого высоко оценивается, как в Южной Корее, так и на российском Дальнем Востоке.

Владивосток, вместе с другими туристическими зонами Приморского края, во втором десятилетии XXI в. стал излюбленным местом туристов из Южной Кореи. На выбор направления поездки влияет целый ряд факторов: географическая близость, относительная дешевизна и возможность сэкономить на транспортных расходах, интерес к региону как «витрине» европейского мира в Азии, разнообразные и уникальные (для жителей Южной Кореи) туристические ресурсы, за редким исключением достаточный уровень предоставляемых туристических и прочих услуг – всё это сочетается в потенциальных возможностях Приморья и Владивостока привлечь существенный поток туристов из Республики Корея.

Мы пришли к выводу о благоприятном прогнозе относительно развития двустороннего культурного туризма Южной Кореи и Приморья, его перспективы заключаются в следующем:

Во-первых, развитие гуманитарного и культурного обмена, включая туризм, остается приоритетным направлением в деятельности органов государственной и региональной власти Республики Корея и Российской Федерации,

направление культурного туризма стабильно способствует созданию новых связей между народами двух стран. Культурный обмен между Приморьем и Южной Кореей выходит на принципиально новый уровень современной межкультурной коммуникации, что связано с появлением новых вызовов и возможностей. Возрастающую роль в культурном и туристическом обмене двух государств играет молодое поколение. Ожидается, что российская и южнокорейская молодежь заложит основы взаимодействия в таких новых сферах культурного обмена, как популярная музыка, совместное кинопроизводство, фьюжн-кухня и прочее; в целом именно ей предстоит определять содержание процессов межкультурной коммуникации в регионе Северо-Восточной Азии.

Во-вторых, активизация туристического обмена с Южной Кореей способствует улучшению местной инфраструктуры во Владивостоке и Приморье, уже начался качественный и количественный рост объектов культурной и туристической инфраструктуры, совершенствование их деятельности, улучшение внешнего вида знаковых мест и их доступности. Разрабатываются и реализуются совместные проекты в данной сфере; так, во Владивостоке при поддержке Арт-группы 33+1 планируется акция по созданию объектов граффити на ул. Фокина 10 и Светланская 9. Они не только стимулируют молодежное направление культурного туризма, но и нацелены на создание современных арт-объектов и улучшение внешнего облика туристических достопримечательностей Владивостока.

В-третьих, современная туристическая отрасль тесно связана с экологическими движениями, поддерживает концепцию здорового образа жизни и повышения её качества. Экологически ориентированные пешие маршруты по лесным зонам о-ва Русский и пригороду Владивостока, посещение зоологических и ботанических объектов, проведение мастер-классов по приготовлению здоровой пищи как элемента национальной кухни, другие интерактивные программы, позволяющие совместить приятное с полезным – именно такие формы туризма, скорее всего, будут высоко оценены южнокорейским потребителем туристиче-

ских услуг.

В-четвертых, необходим широкий информационный обмен о культурных программах и мероприятиях между Туристско-информационным центром Приморского края и Национальной организацией туризма Кореи. Активная пропаганда культурных мероприятий Владивостока и Приморья с помощью средств массовой информации в Южной Корее позволит привлечь в край массовой поток корейских туристов. Тесное информационное взаимодействие и проведение совместных культурных мероприятий благоприятно отразятся на развитии и укреплении дружеского взаимодействия между регионами двух государств.

Для граждан Республики Корея российский Дальний Восток – это не только самобытный регион с большим количеством историко-культурных достопримечательностей, но и максимально приближенный к азиатскому дому островок мира европейского. Для корейцев Приморский край и его столица стали лучшим местом для ознакомления с российской и европейской культурой.

Подчеркнём, что Южная Корея обладает достаточной, а Приморский край – уникальной ресурсной базой для развития взаимного туристического обмена. При этом корейская сторона предлагает туристам бóльший перечень услуг и обеспечивает более высокий комфорт, а российская – реализует свои преимущества с точки зрения разнообразия впечатлений и особой связи ряда туристических объектов с национальной историей и культурой Кореи.

В то же время нельзя не отметить ряд проблемных моментов:

На наш взгляд, далеко не полностью задействованы возможности России и Южной Кореи по подготовке и проведению совместных культурных мероприятий, участие в которых туристов из обеих стран может стать важным направлением культурного туризма. В целях дальнейшего развития культурного и туристического обмена следует активно использовать местные культурные мероприятия (например, традиционные и фольклорные фестивали, гастроли ведущих театральных трупп и т. п.) со взаимным привлечением своих и зарубежных туристов.

Очевидными являются проблемы туристического комплекса Приморского края, явно сдерживающие развитие культурного туризма на российском Дальнем Востоке:

- (1) в общем туристическом потоке культурный туризм пока не занял доминирующей позиции;
- (2) туристические операторы предпочитают использовать традиционные методы показа достопримечательностей, почти не используя интерактивные программы, ориентированные на молодёжь;
- (3) гости Приморья ощущают недостаток традиционной русской культуры – сувениров регионального происхождения, фестивалей национальной русской и дальневосточной кухни, фольклорных мероприятий;
- (4) не наблюдается ясного понимания целевой южнокорейской аудитории – молодежи, наиболее мобильной и открытой для культурного взаимодействия части турпотока, и обеспечения её взаимодействия с российской молодёжью, для чего желательно создавать российско-корейские молодежные сообщества в сфере культуры;
- (5) Приморский край нуждается в существенном улучшении туристической инфраструктуры, включая развитие транспортных систем, повышение квалификации гидов и улучшение качества предоставляемых туристам услуг.

Имеет проблемы и туристическая отрасль Южной Кореи:

- (1) культурный туризм пока ещё не оказывает существенного влияния на местном (региональном) уровне, над ним довлеют медицинский и рекреационный туризм;
- (2) мероприятия в рамках культурного туризма нуждаются в более существенной информационной поддержке;
- (3) достаточно низким остается уровень проникновения зарубежных туристов в национальную культуру, что также ставит особые задачи перед рекламным и информационным обеспечением;
- (4) ограниченным остаётся перечень востребованных российскими туристами

объектов даже в Сеуле, а за пределы столицы они выезжают чрезвычайно редко.

Полагаем, что продуктивную работу по преодолению названных проблем эффективнее вести в рамках взаимного сотрудничества Российской Федерации и Республики Корея на общегосударственном и региональном уровнях. Развитие культурного туризма в Северо-Восточной Азии обречено на успех, оно остаётся одним из наиболее и массово востребованных направлений межгосударственного взаимодействия в регионе. Россия и Южная Корея осознают важность культурного туризма как средства поддержания межкультурной коммуникации в благоприятном и взаимовыгодном режиме. С данной точки зрения Владивосток, Приморский край и многие регионы Кореи имеют благоприятные условия для поддержания и активного развития культурного туризма. Культурно-исторический фактор является определяющим в сфере культурного туризма, заинтересованность властей и народов двух стран в изучении и сохранении национальной истории и культуры, произошедшие в последнее время улучшения в туристической сфере – всё это позволяет с уверенностью прогнозировать дальнейший качественный и количественный рост туристической сферы России и Республики Корея. Владивосток и Приморский край обладают обширным потенциалом для развития культурного туризма и прочного закрепления на приоритетных позициях в регионе Северо-Восточной Азии как туристический регион, популярных в качестве маршрута культурного туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

I. Источники

1. Ассоциация корейцев Приморья: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://homepy.korean.net> (дата обращения: 26.11.2019).
2. Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае на 2013 – 2021 годы» (от 07.12.12 г. № 396-па) // Официальный сайт Правительства Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.primorsky.ru/upload/medialibrary/ddc/ddce77e5aa83558f80c2660bdd73b6a9.pdf> (дата обращения 10.01.2020).
3. Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае на 2020 – 2027 годы» (от 25.12.19 г. № 903-па) // Официальный сайт Правительства Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.primorsky.ru/upload/medialibrary/ddc/ddce77e5aa83558f80c2660bdd73b6a9.pdf> (дата обращения 10.01.2020).
4. Департамент туризма Приморского края: официальный сайт [Электрон. ресурс]. – URL: https://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/index_old.php (дата обращения: 10.01.2020).
5. Министерство культуры Российской Федерации: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://mkrf.ru> (дата обращения: 17.06.2019).
6. Музей археологии и этнографии Института истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО РАН: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://ihaefe.org> (дата обращения: 22.08.2019).
7. О туризме и туристской деятельности на территории Приморского края: закон Приморского края (от 10.02.2014 № 355-КЗ; в ред. от 04.05.2018) [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 06.10.2019).

8. О туристской деятельности на территории Приморского края: закон Приморского края (от 18.05.1999 № 45-КЗ; в ред. от 06.07.2009) [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 06.10.2019).
9. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федерал. закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (в ред. от 04.06.2018) [Электр. ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 08.11.2019).
10. Отчет о деятельности Автономной некоммерческой организации «Центр по изучению и сохранению популяции амурского тигра». – Владивосток: Центр «Амурский тигр», 2015. – 73 с.
11. Планы и отчёты Департамента туризма // Официальный сайт Администрации Приморского края [Электр. ресурс]. – URL: <http://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/plany-i-otchety-departamenta.php> (дата обращения: 09.11.2019).
12. Положение о Департаменте туризма Приморского края (от 17.11.2014 № 460-па) // Департамент туризма Приморского края: официальный сайт [Электрон. ресурс]. – URL: <https://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/statement.php> (дата обращения: 10.01.2020).
13. Приморская государственная картинная галерея: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://primgallery.com> (дата обращения: 27.09.2019).
14. Приморский государственный объединенный музей имени В. К. Арсеньева: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://vladivostok.travel> (дата обращения: 13.05.2019).
15. Приморский океанариум. Научно-образовательный комплекс : официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://primosean.ru> (дата обращения: 17.08.2019).
16. Трудовой кодекс Российской Федерации (от 30.12.2001 № 197-ФЗ; в ред. от 16.12.2019) [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/document/>

cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения: 14.07.2019).

17. Удовенко, Н.Г. Формирование конкурентоспособной инфраструктуры туризма в наиболее перспективных для развития въездного туризма [в] районах Приморского края: докл. нач. отдела развития туризма Департамента междунар. сотрудничества и туризма Приморского края на III Туристическом форуме Сев.-Вост. Азии и Расширенной Туманганской Инициативы / Н.Г. Удовенко // The 3rd GTI Northeast Asia Tourism Forum, 2014. – Hunchun, 2014. – 168 с.
18. Управление международных отношений и туризма администрации Владивостока // Официальный сайт администрации Владивостока [Электр. ресурс]. URL: http://old.vlc.ru/life_city/international_relations/contacts/ (дата обращения: 10.01.2020). (дата обращения: 10.01.2020).
19. Устав Федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Музей истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева» // Музей истории Дальнего Востока им. В.К. Арсеньева: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://arseniev.org/wp-content/uploads/2020/01/Устав-федерального-государственного-бюджетного-учреждения-культуры-«Музей-истории-Дальнего-Востока-имени-В.К.-Арсеньева».pdf> (дата обращения: 21.01.2020).
20. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 28.10.2019).
21. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм): официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 24.10.2019).
22. International Council on Monuments and Sites (ICOMOS): official website [Electr. Source]. – URL: <https://www.icomos.org/en/documentation-center> (дата обращения: 13.08.2019).
23. Korean Air: official website of the company [Electr. Source]. – URL: <https://www.koreanair.com> (дата обращения: 13.08.2019)

24. UN World Tourism Organization (UNWTO): official website [Electr. Source]. – URL: <http://www2.unwto.org/> (дата обращения: 13.08.2019).
25. 강남관광정보센터 / Информационно-туристический центр Каннам: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: http://korean.visitseoul.net/attractions/%EA%B0%95%EB%82%A8%EA%B4%80%EA%B4%91%EC%A0%95%EB%B3%B4%EC%84%BC%ED%84%B0_/6814 (дата обращения: 26.05.2019).
26. 관광개발정책 // 행정안전부 국가기록원 / Политика в сфере туризма // Национальный архив республики Корея [Электр. ресурс]. URL: <http://theme.archives.go.kr/next/organ/organBasicInfo.do?code=OG0027452> (дата обращения: 07.11.2019).
27. 2014–2015 한러상호방문의해계기 러시아관광객전략적유치방안. – 서울: 문화체육관광부, 2014. – 17 с. / Стратегические пути привлечения российских туристов в связи с объявлением 2014 и 2015 гг. «Годами взаимных визитов» между Республикой Кореей и Российской Федерацией. – Сеул: Министерство культуры, спорта и туризма, 2014. – 17 с.
28. 경제지표 // 통계청 / Экономические индикаторы // Национальное статистическое управление Кореи [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.index.go.kr> (период обращения: 2018 – 2019 гг.).
29. 국가별 세부 관광통계청 / Статистика въездного туризма с учётом гражданства [Электр. ресурс]. – URL: <https://know.tour.go.kr/stat/tourStatSearchDis.do;jsessionid=F8A3F7B27CC3D8D083CB59E8D1410101> (дата обращения: 04.11.2019).
30. 국민대 유라시아 연구소경제 발전경험 공유사업 산업 무역 정책자문 러시아 연해주. – 서울: 기획재정부, 2016. – 122 с. / Ун-т Кунмин; Ин-т европейских исследований. Программа обмена знаниями в области экономического развития. Рекомендации по индустриальной и торговой политике в

- Приморском крае. – Сеул: Министерство стратегии и финансов, 2016. – 122 с.
31. 국적별 외국인 관광객 통계청 / Статистика въездного туризма [Электр. ресурс]. – URL: http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=202&tblId=DT_1016 (дата обращения: 16.11.2019).
 32. 국가정보 법령센터 / Национальный центр правовой информации: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.law.go.kr/법령/관공서의%20공휴일에%20관한%20규정> (дата обращения: 13.10.2019).
 33. 국제문화교류행사 // 행정안전부기록원 / Мероприятия, посвящённые международному культурному обмену // Национальный архив Республики Корея: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://www.gov.kr/portal/locgovNews/1541330> (дата обращения: 26.08.2019).
 34. 대한민국 문화체육관광부 / Министерство культуры, спорта и туризма Республики Корея: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://web.archive.org/web/20111002133030/http://www.mct.go.kr/english/index.jsp> (период обращения: 2015 – 2019 гг.).
 35. 서울의료관광 러시아 설명회 결과보고. – 서울: 서울관광재단, 2018. 14 с. / Медицинский туризм в Сеуле, Россия: отчет об итогах информационного совещания. – Сеул: Национальная организация туризма Кореи, 2018. – 14 с.
 36. 세종학당재단 // 문화체육관광부 / Образовательный фонд «Седжон» // Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.sejonghakdang.org/sjcu/home/intro.do> (дата обращения: 12.09.2019).
 37. 유네스코와유산 // 유네스코한국위원회 / ЮНЕСКО и культурное наследие // Корейский комитет ЮНЕСКО: официальный сайт [Электр. ресурс]. – <http://heritage.unesco.or.kr/시호테-알린-산맥-중부-지역> (дата обращения: 21.10.2019).

38. 행정안전부 국가기록원 // 문화체육관광부 / Каталог Национального архива Республики Корея // Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://theme.archives.go.kr/next/organ/organBasicInfo.do?code=OG0027452> (дата обращения: 02.10.2019).
39. 행정안전사 // 국가기록원 / История становления административного права в сфере национальной безопасности // Национальный архив Республики Корея: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.archives.go.kr/next/search/listSubjectDescription.do?id=005683&pageFlag=A&sitePage=1-2-1> (дата обращения: 07.11.2019).

II. Научные труды

40. Абуков, А.Х. Туризм на новом этапе. Социальные аспекты развития туризма в СССР / А.Х. Абуков. – М.: Профиздат, 1983. – 295 с.
41. Афонин, Г.И. Туризм как социально-культурное явление: дис. ...канд. филос. наук: 24.00.01 / Г.И. Афонин. – Казань, 2006. – 169 с.
42. Балюк, Н.А. Социально-культурный сервис и туризм / Н.А. Балюк. – Тюмень: Изд-во Тюменского госуниверситета, 2010. – 202 с.
43. Богатырева, Т.Г. Современная культура и общественное развитие / Т.Г. Богатырева. – М.: Изд-во РАГС, 2001. – 171 с.
44. Ворожбит, О.Ю. Конкурентоспособность экономических систем: монография / О.Ю. Ворожбит, В.А. Осипов, А.И. Тонких. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2011. – 124 с.
45. Воронкова, Л.П. История туризма и гостеприимства / Л.П. Воронкова. – М.: Гранд, 2004. – 304 с.
46. Дальневосточный федеральный университет: от Восточного института до наших дней // Администрация Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.primorsky.ru/news/134648/?type> –

special / (дата обращения: 21.10.2019).

47. Зорин, И.В. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы / И.В. Зорин, В.А. Квартальный, Т.А. Ирисова и др. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 272 с.
48. Зорин, И.В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 143 с.
49. Карамашева, А.А. Культурный туризм и его значение в социокультурном развитии регионов в условиях глобализации: дис. ... канд. культурол.: 24.00.01 / А.А. Карамышева. – М., 2004. – 162 с.
50. Квинт, К.К. Туристский Дальний Восток: открывая возможности: докл. вед. консультанта отдела развития туризма Департамента туризма Приморского края / К.К. Квинт // 5th GTI NEA Tourism Forum: Conf. Materials. – [Hunchun], 2016. – С. 68–84.
51. Климова, Ю.С. Аспекты категории дхармы в буддийских иконах / Ю.С. Климова // Вест. Калмыцкого ун-та. – 2018. – № 38 (2). – С. 162-168.
52. Коржанова, А.А. Туризм как социокультурный ресурс развития современной России: дис. ...канд. культурол.: 24.00.01 / А.А. Коржанова. – М., 2011. – 162 с.
53. Красная, С.А. Культурный туризм: просветительская сущность и факторы развития: дис. ...канд. культурол.: 24.00.01 / С.А. Красная. – М., 2006. – 165 с.
54. Кузьмина, Е.М. Туризм как способ взаимодействия культур: дис. ...канд. культурол.: 24.00.01 / Е. М. Кузьмина. – Тюмень, 2005. – 162 с.
55. Лившиц, Ю.А. Формирование социокультурной компетентности бакалавров по профилю Историко-культурный туризм: автореф. дис. ...канд. пед. наук: 13.00.08 / Ю.А. Лившиц. – Самара, 2017. – 25 с.
56. Мальцева, О.П. Наш город Владивосток / О.П. Мальцева. – Владивосток: Фонд междунар. сотрудничества «Мир», 2002. – 110. с.

57. Матвеев, Н.П. Краткий исторический очерк города Владивостока / Н.П. Матвеев. – Владивосток: Уссури, 1990. – 304 с.
58. Мизь, Н.Г. Корея – российское Приморье: путь к взаимопониманию / Н.Г. Мизь, А.А. Бреславец. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2009. – 203 с.
59. Обретас, В.А. Памятники истории и культуры города Владивостока: материалы к своду / В.А. Обретас, В.К. Моор, Е.А. Ерышева. – Владивосток, 2012. – 252 с.
60. Печенкина, В.А. Краеведение. Приморский край / В.А. Печенкина. – Владивосток: Изд-во Дальневост. государств. ун-та, 2005. – 28 с.
61. Покровский, Н.Е. Туризм: от социальной теории к практике управления / Н.Е. Покровский, Т.И. Черняева. – М.: Логос, 2009. – 215 с.
62. Развитие рекреации и туризма в Приморском крае / И.Ю. Кушнарева, Г.А. Гомилевская, А.Б. Косолапов, С.Ю. Гатаулина. – Владивосток: Изд-во Дальневост. федерал. ун-та, 2013. – 139 с.
63. Рахмалева, О.В. Культурный туризм как фактор социально-экономического развития региона: дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05 / О.В. Рахмалева. – СПб., 2000. – 186 с.
64. Садохин, А.П. Культурология: теория и история культуры / А.П. Садохин. – М.: Эксмо, 2007. – 624 с.
65. Садохин, А.П. Межкультурная компетенция и компетентность в современной коммуникации / А.А. Садохин // Общественные науки и современность. – 2008. – № 3. – С. 156–166.
66. Соколова, М.В. История туризма / М.В. Соколова. – М.: Мастерство, 2002. – 352 с.
67. Соколова, М. В. Туризм как культурно-исторический феномен: дис. ...канд. культурол.: 24.00.01 / М.В. Соколова. – М., 2007. – 396 с.
68. Стреленко, Т.Г. Развитие туризма в Приморском крае: хрестоматия. Ч. 1: Современное состояние туристской отрасли Приморского края / Т.Г. Стреленко. – Владивосток, 2015. – 314 с.

69. Сущинская, М.Д. Культурный туризм / М.Д. Сущинская. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2012. – 128 с.
70. Сычанина, С.Н. Туризм в социокультурном пространственно-временном континууме: дис. ...канд. филос. наук: 24.00.01 / С.Н. Сычанина. – Краснодар, 2004. – 162 с.
71. Толстокулаков, И.А. История общественно-политической мысли Кореи И.А. Толстокулаков. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2007. – 368 с.
72. Флиер, А.Я. Избранные работы по теории культуры / А.Я. Флиер. – М.: Согласие, 2014. – 556 с.
73. Флиер, А.Я. Очерки теории исторической динамики культуры / А.Я. Флиер. – М.: Согласие, 2015. – 528 с.
74. Харитон, В.В. К вопросу определения понятия «культурный туризм» и его классификации на современном этапе развития туризма / В.В. Харитон // Вестн. Томского госуниверситета. Сер. Культурология и искусствоведение. – 2017. – № 28. – С. 169–176.
75. Чебанюк, Т.А. Методологическое основания культурологии как междисциплинарной области знания / Т.А. Чебанюк // Фундаментальные проблемы культурологии: в 4 т. Т. I: Теория культуры / Отв. ред. Д.Л. Спивак. – СПб.: Алетейя, 2008. – С. 126–136.
76. Черняева, Т.И. Туристическое потребление: стандартизация впечатлений / Т.И. Черняева // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. XII. – 2009, № 3. – С. 106–127.
77. Чжон, Сок Бэ. Бохайские памятники в Приморье и Константиновское 1 селение / Чжон, Сок Бэ, Ю.Г. Никитин, В.И. Болдин, Н.В. Лещенко. – Сеул: Кор. госуниверситет культурного наследия, 2010. – 194 с.
78. Anthony, J.T. Management the Environmental and Cultural Impact of Tourism Leisure Development / J.T. 76. Anthony // Tourism Management. – 1985. – Vol. 6, № 4. – P. 234–251.

79. Bormann, A. Die Lehre vom Fremdenverkehr: Ein Grundriss / A. Bormann. – Berlin: Verl. d. Verkehrsiss, 1931. – 168 p.
80. Glucksmann, R. Allgemeine Fremdenverkehrskunde [General Teaching in Tourism] / R. Glucksmann. – Bern: Verlag von Stämpfli & Co., 1973. – 216 p.
81. Leiper, N. Tourism Management / N. Leiper. – Canberra: Person Education – Australia, 2004. – 326 p.
82. McIntosh, R.W. Tourism: Principles, Practices, Philosophies / R.W. McIntosh, Ch. Goeldner. – N.Y.: John Wiley & Sons, 1984. – 524 p.
83. Medicin, J. Tourism / J. Medicin. – L.: First and Best Education, 1987. – 324 p.
84. Schulern, H. Tourism / H. Schulern. – L.: Heinemann, 1911. – 134 p.
85. 강익준. 관광학개론. 서울: 삼영서관, 2018. – 384 с. / Кан Икчжун. Организация туристического бизнеса / Кан Икчжун. – Сеул: Самёнсегван, 2018. – 384 с.
86. 관광 반 세기 대한민국의 가치를 상승. – 서울: 한국관광공사, 2012. – 113 с. / Полвека туристической отрасли: улучшение имиджа Республики Корея. – Сеул: Корейская туристическая организация, 2012. – 113 с.
87. 권태일. 2015 관광주간 주요성과 분석 및 정책과제. – 서울: 한국관광문화연구원, 2016. – 114 с. / Квон Тхэиль. Значение фестиваля «Туристическая неделя – 2015» / Квон Тхэиль. – Сеул: Корейский НИИ культуры и туризма, 2016. – 114 с.
88. 김사현, 한범수. 관광학 연구방법. 서울: 백산 2011. – 433 с. / Ким Сахён. Организация туристического бизнеса / Ким Сахён, Хан Бомсу. – Сеул: Пэксан, 2011. – 433 с.
89. 김상태, 박상곤, 김동현. 관광과 정부의 역할. 한국관광연구소. 서울, 2016. – 316 с. / Ким Сантхэ. Роль государства в развитии туризма / Ким Сантхэ, Пак Сангон, Ким Донхён. – Сеул: Корейский НИИ культуры и туризма, 2016. – 316 с.
90. 김상태, 김성윤. 남북관광성과와 과제. 한국문화관광연구소. 서울, 2017. –

- 169 с. / Ким Сантхэ. Достижения и перспективы туристического обмена между Южной и Северной Корей / Ким Сантхэ, Ким Сонюн. – Сеул: Корейский НИИ культуры и туризма, 2017. – 169 с.
91. 김성수. 시각문화대표콘텐츠. – 서울: 커뮤니케이션북스, 2016. – 140 с. / Ким Сонсу. Актуализация типичного культурного контента / Ким Сонсу. – Сеул: Коммьюникейшн Букс, 2016. – 140 с.
92. 김정희. 스토리텔링이란무엇인가. – 서울: 커뮤니케이션북스, 2014. – 104 с. / Ким Джонхи. Что такое «сторителлинг» / Ким Джонх. – Сеул: Коммьюникейшн Букс, 2014. – 104 с.
93. 김지은. 문화가 있는 날 정책의 정착요인: 석사논문 / 김지은. – 서울, 2015. – 82 с. / Ким Джиын. Политические факторы фестиваля «День культуры»: дис. ...магистра / Ким Джиын. – Сеул, 2015. – 82 с.
94. 김태영. 무비자 협정발효와 러시아 입출국 주의사항 // 코트라 / Ким Тхэён. Соглашение о безвизовом обмене между Россией и Республикой Корея / Ким Тхэён // Корейское агентство по содействию торговле и инвестициям: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/8/globalBbsDataView.do?setIdx=246&dataIdx=134580> (дата обращения: 09.10.2019).
95. 김평수, 윤홍근, 장규수. 문화콘텐츠산업론. – 서울: 커뮤니케이션북스, 2016. – 396 с. / Ким Пхёнсу. Теория отраслевого культурного контента / Ким Пхёнсу, Юн Хонгын, Чан Гюсу. – Сеул: Коммьюникейшн Букс, 2016. – 396 с.
96. 김희숙. 21 세기 한국어정책과 국가경쟁력. – 서울: 소통, 2011. – 342 с. / Ким Хисук. Коммуникация на корейском языке, языковая политика и проблемы конкурентоспособности государства в XXI в. / Ким Хисук. – Сеул: Сотхон, 2011. – 342 с.
97. 남궁손. 템플스테이 길라잡이. – 서울: 운주사, 2013. – 304 с. / Нам Гунсон. Руководство по программе «Темплстей» / Нам Гунсон. – Сеул: Унджуса,

2013. – 304 с.

98. 러시아연해주문물전 프리모리에. – 서울: 러시아과학원 극동지부 역사학고고학민속지학연구소, 2014. – 135 с. / Культура Приморья от древности до современности. – Сеул: Ин-т истории, археологии и этнографии ДВО РАН, 2014. – 135 с.
99. 류광훈, 정광민. 휴가 휴일 개선 관광활성화 방안 연구. 한국관광연구소. 서울, 2016. – 260 с. / Рю Кванхун. О проблемах развития рекреационного туризма. / Рю Кванхун, Чон Кванмин. – Сеул: Корейский НИИ культуры и туризма, 2016. – 260 с.
100. 류정아, 김철원. 지역문화관광의효과. 한국문화관광연구소, 서울. 2016. 193 с. / Рю Чона. Эффективная роль фестивалей в рамках регионального туризма / Рю Чона, Ким Чхорвон. – Сеул: Корейский НИИ культуры и туризма, 2016. – 193 с.
101. 문화재청 국외소재 근대문화 유산시록조사연구. – 충남: 충남대학교 충청 문화 연구소, 2008. – 352 с. / Исследование современных памятников культуры за рубежом. – Чхуннам: Культурно-исследовательский центр Чхунчхона при ун-те Чхуннам; Управление по культурному наследию, 2008. – 352 с.
102. 문화유산관광과 지속가능한발전을 위한 문화재활용정책연구. 서울: 한국관광연구소, 2007. 418 с. / Исследование возможностей использования культурных ценностей для продвижения и последовательного развития культурного туризма. – Сеул: Корейский НИИ культуры и туризма, 2007. – 418 с.
103. 박태원. 우리나라 템플스테이의 활성화 방안 // 한국불교학. 82 집. – 서울: 한국불교학회, 2017. – 410 с. / Пак Тхэвон. Меры по развитию программ пребывания в буддийских храмах Южной Кореи // Буддизм в Корее. Т. 82. – Сеул: Ассоциация буддистов Кореи, 2017. – 410 с.
104. 박환. 박환의 항일유적과 함께하는 러시아 기행 1. – 서울: 국학자료원,

2002. – 213 с. / Путешествие Пак Хвана в Россию по памятным местам антияпонского движения. Т. 1 / Пак Хван. – Сеул: Архив материалов по отечественной истории, 2002. – 213 с.
105. 박환. 폐치카 «최재형». – 서울: 선인, 2018. – 368 с. / Пак Хван. «Печка» Чхве Джэхён / Пак Хван. – Сеул: Сонин, 2018. – 368 с.
106. 반병률, 최기용, 김희곤. 항일독립발자취를 찾아서. – 서울: 독립기념관, 한국독립운동사연구소, 2006. – 87 с. / Пан Бённюль. В поисках следов Движения за независимость / Пан Бённюль, Чхве Гиён, Ким Хигон. – Сеул: Независимый музей Организации патриотов и ветеранов; Науч.-исслед. ин-т истории Движения за независимость Кореи, 2006. – 87 с.
107. 발우와공양. – 서울: 한국 불교환경교육원정토출판, 2003. – 144 с. / Принимать и пировать. – Сеул: Корейское буддийское экологическое образование, 2003. – 144 с.
108. 백두대간 국제보호지역 등재추진에 관한 연구. – 서울: 서울대학교산업협력단, 2012. – 191 с. / К вопросу о перспективах регистрации горного хребта Пектутеган как международной охраняемой зоны. – Сеул: Агентство по экономическому сотрудничеству при Сеульском ун-те, 2012. – 191 с.
109. 신 나탈리아. 문화예술관광의발전요건에관한연구: 석사논문. – 청주, 2012. – 132 с. / Син, Н. Исследование условий для развития культуры, искусства и туризма: дис. ...магистра / Н. Шин. – Чхонджу, 2012. – 132 с.
110. 신윤환, 이한우. 동아시아의 한류. – 서울: 전예원, 2006. – 261 с. / Син Юнхван. «Халлю» в Восточной Азии / Син Юнхван, Ли Хану. – Сеул: Чоневон, 2006. – 261 с.
111. 심원섭. 미래관광환경변화전망과 신관광정책방향. 서울: 한국문화관광연구원, 2012. – 407 с. / Сим Вонсоп. Перспективные изменений в туристической конъюнктуре и новые направления туристической политики / Сим Вонсоп. – Сеул: Корейский НИИ культуры и туризма, 2012.

– 407 с.

112. 심현보. 관광학 개론. 서울: 서원각, 2018. – 249 с. / Сим Хёнбо. Организация туристического бизнеса / Сим Хёнбо. – Сеул: Совонгак, 2018. – 249 с.
113. 우사연구회. 우사 김규식 통일 독립의 길 가다 3. – 서울: 통일뉴스, 2009. – 408 с. / Комитет по изучению борьбы за независимость. Путь к объединению и независимости страны, проделанный патриотом Ким Гюсиком. Т. 3. – Сеул: Новости объединения, 2009. – 408 с.
114. 윤홍근. 한국방송사. – 서울: 커뮤니케이션북스, 2013. – 156 с. / Юн Хонгын. Корейская телевещательная корпорация / Юн Хонгын. – Сеул: Коммьюникейшн Букс, 2013. – 156 с.
115. 오훈성. 문화관광축제 영향. 한국문화관광연구소. 서울, 2016. – 200 с. / О Хунсун. Влияние фестивальной традиции на развитие культурного туризма / О Хунсун. – Сеул: Корейский НИИ культуры и туризма, 2016. – 200 с.
116. 이소현. 비보이의 춤, 삶과 문화: 석사논문. – 서울, 2012. – 166 с. – Ли Сохён. Жизнь и культура би-боев: дис. ...канд. спорта / Ли Сохён. – Сеул, 2012. – 166 с.
117. 이상춘. 관광자원론. – 서울: 백산, 2015. – 360 с. / Ли Санчхун. Введение в туристические ресурсы / Ли Санчхун. – Сеул: Пэксан, 2015. – 360 с.
118. 이승은. 인조이러시아 / 이승은. – 서울: 넥서스 북, 2018. – 381 с. / Ли Сынын. Наслаждайтесь Россией / Ли Сынын. – Сеул: Нексес бук, 2018. – 381 с.
119. 이창식. 최상수. 지역축제와 문화관광. – 서울: 박이정, 2012. – 330 с. / Ли Чхансик. Местные фестивали и культурный туризм / Ли Чхансик, Чхве Сансу. – Сеул: Пакиджон, 2012. – 330 с.
120. 임순록. 한·일 종교관광의 전개와 최근 동향. – 서울: 일본근대연구학, 2012. – 239 с. / Лим Суннок. Распространение религиозного паломничества между Кореей и Японией / Лим Суннок. – Сеул: Ин-т современных японских исследований, 2012. – 239 с.
121. 장규슈. 한류와 아시아류. – 서울: 커뮤니케이션북스, 2013. – 118 с. / Чан

- Гюсу. «Халлю» и Азия / Чан Гюсу. – Сеул: Коммьюникейшн Букс, 2013. – 118 с.
122. 정광민. 관광주간의 성과와 시사점 // 한국관광정책. – 2016. – 60 호. – С. 16-25. / Чон Кванмин. Достижения и уроки фестиваля «Туристическая неделя» / Чон Кванмин // Туристическая политика Южной Кореи. – 2016. – № 60. – С. 16-25.
 123. 정치영. 여행안내서로 본 식민지 조선의 관광공간 / 서울: 대한지리학회지. – 2018. – 제 53 권, 제 5 호. – С. 731–744. / Чон Чиён. Туристические места колониального Чосона, указанные в путеводителях / Чон Чиён // Науч. вестн. Корейского географич. об-ва (Сеул). – 2018. – Т. 53, № 5. – С. 731–744.
 124. 조배행. 88 서울 올림픽의 관광에 대한 연구. – 서울: 한국관광연구원, 1999. – 112 с. / Чо Бэхен. Влияние Олимпийских игр 1988 г. на отечественный туризм / Чо Бэхен. – Сеул: Корейский НИИ туризма, 1999. – 112 с.
 125. 한국문화관광콘텐츠개발 / Разработка контента культурного туризма в Южной Кореи [Электр. ресурс]. URL: <http://m.kcntc.com/notice.asp?page=15&code=15-01> (дата обращения: 21.08.2019).
 126. 한국의 호랑이 문화와 복원가능성 기초연구. – 서울: 국립생물 자원관, 2013. – 394 с. / Фундаментальное исследование по проблеме восстановления популяции тигра в Кореи. – Сеул: Национальный ин-т биологических ресурсов, 2013. – 394 с.
 127. 한국의료관광마케팅. – 서울: 한국관광공사, 문화체육관광부, 2016. – 94 с. / Маркетинг медицинского туризма в Кореи. – Сеул: Национальная организация туризма Кореи, Министерство культуры, спорта и туризма Кореи, 2016. – 94 с.
 128. 한러 문화예술 교류 30 년맞아 과거를 돌아보며 미래를 설계하다. – 서울 : 한러문화예술협회과 주한러시아대사관, 2018. – 390 с. / 30 лет культурного и творческого обмена между Россией и Кореей: взгляд в прошлое, пла-

- ны на будущее. – Сеул: Корейско-российская ассоциация культуры и искусства; Посольство РФ в Республике Корея, 2018. – 390 с.
129. 허귀평. 중국대외보고연구. – 서울: 커뮤니케이션북스, 2012. – 434 с. / Хо Гвипхин. Анализ информации о внешнеэкономической деятельности Китая / Хо Гвипхин Хо. – Сеул: Коммьюникейшн Букс, 2012. – 434 с.
130. 홍석준, 임춘성. 동아시아 문화와 문화적 정체성. – 서울: 한울, 2009. – 247 с. / Хон Сокджун. Культура и культурная самобытность Восточной Азии / Хон Сокджун, Лим Чхунсон. – Сеул: Хануль, 2009. – 247 с.
131. 화운수. 문화관광산업의 활성화방안에 관한연구: 석사논문. – 청주, 2015. – 77 с. / Хва Унсу. Исследование методов активизации культурно-туристической сферы: дис. ...магистра / Хва Унсу. – Чхонджу, 2015. – 77 с.
132. 황우진, 공보경. 한국 CIS 진출가이드. – 서울: 한국보건산업진흥원, 2016. – 81 с. / Хван Уджин. Проект по выходу на рынки СНГ / Хван Уджин, Кон Богён. – Сеул: Корейский ин-т проблем развития медико-фармацевтической отрасли, 2016. – 81 с.

III. Информационные материалы

133. 17 Международный кинофестиваль стран АТР во Владивостоке [Электр. ресурс]. – URL: <http://pacificmeridianfest.ru/about/about-us> (дата обращения: 17.10.2019).
134. 18-й Международный кинофестиваль стран АТР во Владивостоке: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://pacificmeridianfest.ru> (дата обращения: 17.10.2019).
135. 250 корейцев выехали из Владивостока в Берлин на «Поезде дружбы Евразии» // Единая Корея: информационный портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://onekorea.ru> (дата обращения: 13.08.2019).
136. 4-й Владивостокский ледовый полумарафон (Honor Vladivostok Ice Run) 2019. Владивосток, Россия. Февраль 2019 [Электр. ресурс]. – URL:

<https://letsportpeople.com/ru> (дата обращения: 17.09.2019).

137. 9 умных светофоров во Владивостоке заработают уже в сентябре // Золотой Рог [Электр. ресурс]. – URL: http://www.zrpress.ru/society/vladivostok_25.05.2018_89291_9-umnykh-svetoforov-vo-vladivostoke-zarabotajut-uzhe-vsentyabre.html (дата обращения: 02.12.2019).
138. Баланов, С. «Владивостокская крепость». Первый за Волгой федеральный музей-заповедник появился во Владивостоке / С. Баланов [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.spb.kp.ru/daily/27029.5/4092928/> ((дата обращения: 27.09.2019).
139. Более 6 тыс. человек посетили стенд Приморья на выставке в Корее [Электр. ресурс]. – URL: <https://primamedia.ru/news/511969/> (дата обращения: 07.11.2019).
140. Владивосток. Путеводитель по городу / ред. И.Г. Стрюченко, А.В. Дмитренко, В.А. Обертас [и др.]. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 1993. – 253 с.
141. Владивосток – в числе самых востребованных городов России [Электр. ресурс]. – URL: <http://deita.ru/news/society/06.05.2017/5199284-vladivostok-v-chisle-samykh-vostrebovannykh-gorodov-rossii/> (дата обращения: 07.12.2019).
142. Владивосток – город воинской славы // Владивосток: официальный сайт администрации города [Электр. ресурс]. – URL: http://old.vlc.ru/life_city/culture/70-letie-velikoy-pobedy/vladivostok-gorod-voinskoy-slavy/ (дата обращения: 29.09.2019).
143. В районе Каннам проходит фестиваль Каннам – 2016 // Администрация Каннама: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: http://www.gangnam.go.kr/board/B_000031/1064304/view.do?mid=FM0403&pgno=159&keyfield=bdm_main_title&deptField=BDM_DEPT_ID (дата обращения: 15.10.2019).
144. Владивостокский ГУМ // Города России: туристический портал [Электр.

- ресурс]. – URL: <http://города-россия.рф> (дата обращения: 07.12.2019)
145. Во Владивостоке завершился международный фестиваль «Мариинский» // Золотой Рог [Электр. ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2019/08/10/reg-dfo/vovladivostoke-startoval-mezhdunarodnyj-festival-mariinskij.html> (дата обращения: 29.11.2019).
146. Галерея Арка: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.arkagallery.ru> (дата обращения: 27.11.2019).
147. Генеральное Консульство Республики Корея в г. Владивостоке: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://overseas.mofa.go.kr> (дата обращения: 21.07. 2019).
148. Гео-Россия: информационный портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://rusgeoportal.ru/index.php?r=39> (дата обращения: 21.11. 2019).
149. Дальневосточным координатором проекта «Восточные кольцо России стал Приморский край» // Официальный сайт администрации Приморского края [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.primorsky.ru> (дата обращения: 17.06.2019).
150. Дальневосточный федеральный университет: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.dvfu.ru> (дата обращения: 21.10.2019).
151. Департамент международного сотрудничества и туризма в Приморье разделят на два // PrimaMedia.Ru: ин-формационный портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://primamedia.ru/news/396021/> (дата обращения: 01.11.2019).
152. Департамент туризма Приморского края приглашает принять участие в международной туристской выставке «Pacific International Tourism Expo» [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.tmb72.ru/content/events/view-178> (дата обращения: 27.11.2019).
153. Знаки для туристов установят в районах Приморья // Администрация Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: http://primorsky.ru/news/115364/?sphrase_id=3454475 (дата обращения: 21.10.2019). – URL: <http://primorsky.ru> (дата обращения: 21.10.2019).

154. История ДВФУ // Дальневосточный федеральный университет: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.dvfu.ru/about/history/> (дата обращения: 14.11.2019).
155. Комплекс на сопке Орлиное гнездо с двумя фуникулерами и гостиницей построят к 2025 году // Комсомольская газета [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.dv.kp.ru/daily/27023/4087361/> (дата обращения: 02.10.2019).
156. Кореан Эйр – национальная и крупнейшая авиакомпания Южной Кореи [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.koreanair.com/global/ko/about/who-we-are2.html> (дата обращения: 13.08.2019).
157. Корея: путеводитель. – Сеул: Национальная организация туризма Кореи, 2015. – 194 с.
158. Мариинский театр. Приморская сцена: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://prim.mariinsky.ru> (дата обращения: 14.11.2019).
159. Международный Владивостокский ледовый полумарафон 2019 [Электр. ресурс]. – URL: <https://russiarunning.com> (дата обращения: 17.05.2019).
160. Местная турсамодетельность // Золотой Рог [Электр. ресурс]. – URL: http://www.zrpress.ru/business/primorje_18.10.2016_80584_mestnaja-tursamodejatelnost.html (дата обращения: 19.10.2019).
161. Ночь музеев // Официальный сайт Администрации Приморского края [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.primorsky.ru> (дата обращения: 29.11.2019).
162. Объявлены даты проведения «Меридианов Тихого» в 2018 году [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.kinoprim.ru/news/obavleny-daty-provedenia-meridianov-tihogo-v-2018-godu> (дата обращения: 25.08.2019).
163. Пикник по-корейски: как корейцы ходят на пикники? [Электр. ресурс]. – URL: https://www.youtube.com/results?search_query=Пикник+по+корейски%3A+ как+корейцы+ходят+на+пикники%3F+ (дата обращения: 12.11.2019).
164. Приморский край: крат. энцикл. справ. / Гл. ред. Э.В. Ермакова. – Влади-

восток: Изд-во Дальнев. ун-та, 1997. – 594 с.

165. Приморский ТИЦ открыл павильон в аэропорту Владивостока // Ежедневная электронная газета Российского союз туриндустрии [Электр. ресурс]. – URL: https://ratanews.ru/news/news_18092015_6.stm (дата обращения: 07.12.2019).
166. Приморье: современный путеводитель. – М.: PressPass, 2016. – 264 с.
167. Путин поддержал создание филиалов Эрмитажа, Русского музея и Академии Вагановой в Приморье // Администрация Приморского края : официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.primorsky.ru> (дата обращения: 02.10.2019).
168. Скидка 50% для пассажиров авиакомпании «Korean Air» // Официальный сайт Приморского государственного объединённого музея имени В. К. Арсеньева [Электр. ресурс]. – URL: <http://arseniev.org> (дата обращения: 02.04.2019).
169. Топ-10 самых ожидаемых событийных мероприятий 2017 года в Приморье // Администрация Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://primorsky.ru/news/123252/> (дата обращения: 29.11.2019).
170. Традиционный гастрономический фестиваль «Держи краба!» открылся во Владивостоке // PrimaMedia.ru [Электр. ресурс]. – URL: <https://primamedia.ru/news/752444/> (дата обращения: 15.01.2020).
171. Турбизнес Приморья: справ. изд. для туриста. – Владивосток, 1996. – 64 с.
172. Туристический маршрут «Восточное кольцо России» получит новый импульс к развитию // Министерство культуры Российской Федерации: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.russiatourism.ru/news/11081/> (дата обращения: 19.12.2019).
173. Туристический портал Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://tour.primorsky.ru> (дата обращения: 13.12.2019).
174. Туристский потенциал Приморья презентовали на выставке KOTFA в Сеуле [Электр. ресурс]. – URL: <http://prim-travel.ru/2018/06/turistskij-potencial->

primorya-prezentovali-na-vystavke-kotfa-v-seule/ (дата обращения: 01.11.2019).

175. Туристско-информационный центр Приморья начнет работу в сентябре // Администрация Приморского края: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: http://primorsky.ru/news/69969/?sphrase_id=3455064 (дата обращения: 17.11.2019).
176. Фестивали Приморья – в списке лучших туристических событий России [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.primorsky.ru/news/138433/> (дата обращения: 15.10.2019).
177. Фестиваль «Владивостокская крепость» в Приморье посетили более 5 тыс. человек [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.primorsky.ru/news/149368/> (дата обращения: 17.11.2019).
178. Фестиваль «Владивостокская крепость»: знать и хранить [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.dvfu.ru/expertise/news/gorod/festival-vladivostokskaa-krepost-znat-i-hranit> (дата обращения: 23.12.2019).
179. Фестиваль пусанской книги во Владивостоке 24 мая 2018 г. [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.vl.ru/afisha/vladivostok/event/94522> (дата обращения: 13.09.2019).
180. Фестиваль V-ROX во Владивостоке [Электр. ресурс]. – URL: <https://eng.russia.travel> (дата обращения: 17.09.2019).
181. Четвертый тихоокеанский туристский форум [Электр. ресурс]. – URL: <http://ptfrussia.ru> (дата обращения: 13.04.2019).
182. Южная Корея. Сеул. Метро. Как ездить на метро [Электр. ресурс]. URL: https://www.youtube.com/results?search_query=Южная+Корея.+Сеул.+Метро.+Как+ездить+на+метро (дата обращения: 15.11.2019).
183. COEX: информационный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.coex.co.kr/> (дата обращения: 01.12.2019).
184. Lotteworld: official website of the company [Electr. Source]. – URL: <http://www.lotteworld.com> (дата обращения: 13.08.2019).

185. Pacific International Tourism Expo / PITE 2020 [Electr. Source]. – URL: <http://www.totalexpo.ru/expo/4633.aspx> (дата обращения: 22.01.2020).
186. V ROX: официальный сайт фестиваля [Electr. Source]. – URL: <http://vrox.org> (дата обращения: 17.09.2019).
187. Visit Seoul NET: туристический портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://korean.visitseoul.net> (период обращения: 2019 г.).
188. 11 회 한국문화축제 // 연해주한인회 / 11-й Фестиваль корейской культуры // Ассоциация корейцев Приморья: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: http://homepy.korean.net/~kaprussia1/www/news/consulate/read.htm?bn=consulate&fmlid=1782&pkid=32&board_no=1782 (дата обращения: 19.11.2019).
189. [2018 평창 동계올림픽 개막]날마다 문화가 있고 축제가 되는 문화올림픽 // 전자신문. 2018 평창 동계올림픽 개막] 날마다 문화가 있고 축제가 되는 문화올림픽 // 전자신문 / [2018; Пхёнчхан; Зимние Олимпийские игры; Открытие] Каждый день Олимпиады – насыщенная культурная программа и фестивали // Электронная газета: информационный портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.etnews.com/20180208000389> (дата обращения: 19.11.2019).
190. 2014 년 1 월부터 ‘문화가 있는 날’ 시행, 문화융성시대 문화로 신나는 일상이 펼쳐진다 // 문화체육관광부 / «День культуры» проводится с января 2014 г. и направлен на продвижение национальных культурных ценностей // Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=13240. (дата обращения: 18.11.2019).
191. 2016–2018 한국방문의해 ‘청년 외교대사’, K 스마일로 한국을 알려요! // 한국방문위원회 / Молодёжная дипломатия в 2016 – 2018 гг.: поездка в Южную Корею, познайте Корею с помощью «К-смайл»! // Корейская ас-

- социация въездного туризма: официальный портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://vkc.or.kr/about/vkc/> (дата обращения: 18.10.2019).
192. K 스타일 허브 개관, 한식문화 전시부터 체험·구매까지 // 중앙일보 / K-Style Hub как «сердце» корейского туризма // Чунан Ильбо [Электр. ресурс]. – URL: <https://news.join.com/article/19904608> (дата обращения: 12.10.2019).
193. OECD "템플스테이 성공적 문화관광상품" // 연합뉴스 / ОЭСР: успешность программы «Темплстей» для туристов // Рёнхап: новостной портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.yonhapnews.co.kr/culture/2009/11/11/0907000000AKR20091111169100005.HTML> (дата обращения: 12.11.2019).
194. UAE 환자 174%증가 중동, 의료관광시장 '큰손' // 파이낸셜뉴스 / Число пациентов из ОАЭ за последние пять лет увеличилось на 174% // Финансовые новости: новостной портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.fnnews.com/news/201511021757438378> (дата обращения: 13.11.2019).
195. 강남곳곳 외국인들에 관광로망테마지 부상 // 한국경제 / Каждый уголок Каннам стал туристической достопримечательностью для иностранцев // Корейская экономика: информационный портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.hankyung.com/news/article/201211083216y> (дата обращения: 26.05.2019).
196. 강남스타일 다 이유가 있습니다 // 오마이뉴스 / Gangnam Style имеет все основания быть внесённым в Книгу рекордов Гиннесса // Мои новости: информационный портал [Электр. ресурс]. – URL: http://star.ohmynews.com/NWS_Web/OhmyStar/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0001781438 (дата обращения: 26.07.2019).
197. 강원대학교 / Канвонский национал. ун-т: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.kangwon.ac.kr/www/contents.do?key=1912&> (дата

обращения: 28.11.2019).

198. 경기도 관광포털 / Туристический портал провинции Кёнгидо: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://ggtour.or.kr> (дата обращения: 26.08.2019).
199. 고양 K-컬처밸리 테마파크·상업시설 내달 착공 // 연합뉴스 / В следующем месяце в Кояне начнётся строительство тематического парка K-Culture Valley и коммерческого комплекса // Рёнхап: новостной портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20180424117800061> (дата обращения: 26.08.2019).
200. 국가 무형문화제 제 122 호 연등회 / Фестиваль лотосовых фонарей занимает позицию № 122 в Перечне государственного нематериального культурного наследия [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.llf.or.kr> (дата обращения: 26.09.2019).
201. 글로벌 한류 랜드마크 'K 컬처밸리' 첫 삽 // 연합뉴스 / Глобальный символ «корейской волны» – «K-Culture Valley»: первый шаг сделан // Рёнхап: новостной портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/05/20/02000000000AKR20160520042700005.HTML> (дата обращения: 21.10.2019).
202. 내맘에 드는 한복입고 고궁으로 // 서울방문 / Наденем ханбок и во дворец! // Визит в Сеул: туристический портал [Электр. ресурс]. – URL: https://korean.visitseoul.net/hallyu/내-맘에-드는-한복-입고-고궁으로_/15747 (дата обращения: 28.05.2019).
203. 네이버 사전 / NAVER: Geography Dictionary. – URL: <http://hanja.naver.com/hanja?q=%E8%A7%80> (дата обращения: 16.11.2019).
204. 대중소비문화형성 // 국사편찬위원회 / Возникновение массовой потребительской культуры // Корейский НИИ национальной истории: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://contents.history.go.kr> (дата обращения: 26.04. 2019).

205. 대한 민국 구석수석 // 한국관광공사 / Вся Республика Корея // Национальная организация туризма Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: http://korean1.visitkorea.or.kr/kor/bz15/where/where_main_search.jsp?cid=126823&areaCode=1 (дата обращения: 12.11.2019).
206. 동대문 // 한국관광공사주한 / Тондэмун // Национальная организация туризма Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: https://korean.visitkorea.or.kr/search/search_list.do?keyword=%EB%8F%99%EB%8C%80%EB%AC%B8&temp=동대문&temp= (дата обращения: 19.10.2019).
207. 러시아 내 영향력을 넓혀가는 한글교육 // 한국국제문화교류진흥원 / Обучение корейскому языку позволяет усилить влияние Кореи на территории России // Корейский Фонд международного культурного обмена: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: http://kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_view.asp?seq=14323 (дата обращения: 16.10.2019).
208. 러시아 문화원 / Русский культурный центр: информационный портал [Электр. ресурс]. URL: http://kcc_russia.sejonghakdang.org/blog/main.ksif (дата обращения: 23.11.2019).
209. 러시아, 법정 연차 유급 휴가 및 공휴일이 가장 많은 나라로 밝혀져 // 러시아 포커스 / В России установленных законом ежегодных отпускных и праздничных дней больше, чем в других странах // Фокус на Россию: информационный портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20130326179800009> (дата обращения: 14.07.2019).
210. 러시아공사관으로 피신하던 ‘고종의 길’, 10 월 개방 // 오피니언 뉴스 / В октябре состоится открытие новой достопримечательности «Путь Коджона», по которому он совершил побег в посольство России // «Опинион

- Ньюз»: новостной портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.opinionnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=10565> (дата обращения: 17.06.2019).
211. 리움 박물관 // 한국민족문화대백과사전 / 한국학중앙연구소 / Галерея современного искусства «Лиум» // Большой толковый словарь корейского этноса и культуры / Центр науч. ресурсов Кореи [Электр. ресурс]. URL: <http://encykorea.aks.ac.kr/Contents/Item/E0069343> (дата обращения: 05.03.2019).
212. 마케팅적 시각으로 바라 본 '강남 스타일' 열풍 // 서울대학교 경영대학원 / О маркетинге с точки зрения хита Gangnam Style // Бизнес-школа Сеульского национал. ун-та: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: <https://cba.snu.ac.kr/ko/sblcolumn?mode=view&bbsidx=77783> (дата обращения: 17.09.2019).
213. 맞다! 맞아! TV에서 봤던 바로 그 곳이야! // 중앙일보 / Верно! Верно! Это именно то место, которое я видел по телевизору! // Чунъан Ильбо [Электр. ресурс]. – URL: <https://news.join.com> (дата обращения: 19.09.2019).
214. 모스크바국립대 예비학부 제주 개원 / На острове Чеджудо была создана языковая школа подготовительного отделения МГУ [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.jejusori.net> (дата обращения: 19.11.2019).
215. 문화가 있는 날 내수시장 활성화 기여 // 아트조선. / Вклад «Дня культуры» в активизацию внутреннего рынка // Арт Чосон: информационный портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://news.join.com/article/18582737> (дата обращения: 29.11.2019).
216. 불교신문 / Буддийская газета: новостной портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.ibulgyo.com> (дата обращения: 12.11.2019).
217. 블라디보스톡여행 2 일차 최고맛집 ZUMA 격파 미니쇼핑하울 / 2-й день во Владивостоке: обед в ресторане ZUMA, демонстрация покупок [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cawZhR2m1WA> (дата

обращения: 12.12.2019).

218. 서울관광 / Информация о туризме в Сеуле: туристический портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://korean.visitseoul.net> (дата обращения: 14.05.2019).
219. 서울관광마케팅 강남관광의 새로운 랜드마크 // 강남관광정보센터 개관 / Национальный маркетинговый туристический центр – новый примечательный объект из числа туристических достопримечательностей Каннама // Сеульская организация туризма: информационный портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.seoulwelcome.com/kr/?p-4043> (дата обращения: 16.08.2019).
220. 세종학당 학습자 96% 친구에게 세종학당 소개하고싶다 // 문화체육관광부 / 96% обучающихся в ин-те Седжон, готовы порекомендовать его друзьям // Министерство культуры, спор-та и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pMenuCD=0302000000&pSeq=12726&pTypeDept=&pSearchType=&pSearchWord=&pCurrentPage=1. – URL: <https://www.mcst.go.kr> (дата обращения: 17.11.2019).
221. 실학의 발달 // 국사편찬위원회 / Развитие философской школы сирхак // Корейский НИИ национальной истории: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://contents.history.go.kr> (дата обращения: 16.11.2019).
222. 싸이와 함께 한 모스크바 '강남스타일' 플래시몹...1,500 명 '말춤' 들썩 // 러시아포커스 / 1,5 тыс. человек приняли участие в флешмобе, посвященном «Gangnam Style» // Фокус на Россию: информационный портал [Электр. ресурс]. – URL: https://kr.rbth.com/multimedia/pictures/2013/06/08/1500_42237 (дата обращения: 02.10.2019).
223. 아관파천 고종의 길 걸어봤어요 // 서울특별시 / Я прошел по «Пути Коджона» // Особый город Сеул: туристический портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://opengov.seoul.go.kr/mediahub/15920028> (дата обращения: 12.12.2019).

30.08.2019).

224. 아관파천 현장 옛 러시아공사관 원형 복원한다 // 한국일보 / Зданию дипломатической миссии Российской империи, в которой скрывался король Коджон на фоне событий корейской истории конца XIX в., возвращают первоначальный вид // Хангук Ильбо [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/201607201693759420> (дата обращения: 17.11.2019).
225. 아이돌 팬덤문화 어디까지 알고 있니? // 경기대학교 // Насколько хорошо ты знаешь культуру фанатов? Ун-т Кёнги: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://kgunews.com/news/view.php?idx=571&mcode=m22q90v> (дата обращения: 14.11.2019).
226. 안종윤. 관광용어사전 / 안종윤. – 서울 : 법문사, 1985. – 184 с. – Ан Джонюн. Словарь туристических терминов / Ан Джонюн. – Сеул: Попмунса, 1985. – 184 с.
227. 양화진외국선교사묘원 / Кладбище иностранных миссионеров «Янхваджин»: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: http://m.yanghwajin.net/mhtml/m3/m3_01.php (дата обращения: 23.11.2019).
228. 연해주 첫 한국어 특성화 학교 // YTN. – Средняя школа г. Владивостока впервые ввела уроки корейского языка // YTN новостной портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.youtube.com> (дата обращения: 13.10.2019).
229. 영국여왕 인사동방문 // 연합뉴스 / Посещение королевой Елизаветой II района Инсадон // Рёнхап новости: новостной портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://news.v.daum.net/v/M0GHCwymVD?f=p> (дата обращения: 02.10.2019).
230. 영동대로 K-pop 콘서트 // KBS 뉴스 / Концерт звёзд К-поп на проспекте Ёндон // KBS News: новостной портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oeWjSY0Y-Qg> (дата обращения: 17.10.2019).

231. 우리말 사전 / 국립국어원 / Кореский словарь / Национальный институт корейского языка сайт: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <https://opendic.korean.go.kr/search/searchResult?query=%EB%B9%84%20%EB%B3%B4%EC%9D%B4> (дата обращения: 17.12.2019).
232. 우수사례 // 한국문화관광콘텐츠개발 / Наиболее успешные культурные туристические продукты // Разработка контента культурного туризма в Южной Корее [Электр. ресурс]. – URL: http://www.kcntc.com/renewal/sub03_02.asp?step1-3&step2-2 (дата обращения: 23.09.2019).
233. 운수사 템플스테이 // 신나는 세상 부산광역시 대표포털 사이트 / Программа ночлега «Тэмплстэй» в хостеле при храме Унсуса // Занимательный мир: туристический г. Пусана [Электр. ресурс]. – URL: http://www.sasang.go.kr/index.sasang?menuCd=DOM_00000060200300800 (дата обращения: 13. 12.2019).
234. 인사동 // 한국관광공사주한 / Инсадон // Национальная организация туризма Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: https://korean.visitkorea.or.kr/search/search_list.do?keyword=인사동&temp= (дата обращения: 02.10.2019).
235. 자매의 러시아 블라디보스톡 먹방 여행 VLOG 떠나고 싶다면 이 영상 필수 / Сестры путешествуют по Владивостоку и ведут видео-блог для тех, кто хочет отправиться в путешествие [Электр. ресурс]. – URL: https://www.youtube.com/watch?v-IW_xrzfBGUs (дата обращения: 12.11.2019).
236. 주한 외국인이 함께하는 친절 글로벌 에티켓 알리기 캠페인 실시 // 한국관광공사 / Проводится кампания по изучению и распространению международного этикета и норм вежливости при участии иностранцев, проживающих в Корее // Национальная организация туризма Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL:

- <https://kto.visitkorea.or.kr/kor/notice/news/press/board/view.kto?id=429011&num=4> (дата обращения: 25.11.2019).
237. 청소년팬덤문화 // 교육부 / Культура молодежного фанатского движения // Министерство образования и науки Южной Кореи: официальный сайт [Электр. ресурс]. URL: https://happyedu.moe.go.kr/happy/bbs/selectHappyArticle.do?bbsId=BBSMSTR_000000000204&nttId=2802 (дата обращения: 19.11.2019).
238. 트릭아이미술관 트릭아이미술관, 매주 1 만명 외국인이 찾는 한류 미술관으로 인기 // 주간시사매거진 / Музей оптических иллюзий как популярный музей еженедельно посещают 10 тыс. иностранцев // Еженедельный журнал SISA: новостной портал [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.weeklysisa.co.kr/news/articleView.html?idxno=3098> (дата обращения: 09.10.2019).
239. 태백시, '태양의 후예' 촬영지 '대박' // 프레시안 / Город Тхэбэк – место съемок сериала «Потомки Солнца» // Пресиан: информационный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.pressian.com/news/article/?no=140661> (дата обращения: 25.10.2019).
240. 태양의 후예 32 개국이 본다 // 해외문화홍보원 / «Потомки Солнца» в 32 странах мира // KOCIS: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.kocis.go.kr/koreanet/view.do?seq=5487> (дата обращения: 30.11.2019).
241. 템플스테이 / Темплстей: туристический портал [Электр. ресурс]. – URL: <https://www.templestay.com/page-templestay.asp> (дата обращения: 14.08.2019).
242. 템플스테이, 경계를 넘어 세계로 뻗어가는 우리민족의 전통문화와 얼 // 문화재청 / Программа «Тэмплстэй» предусматривает проживание в буддийском храме в качестве обычного послушника и укрепляет традиционную культуру и дух нашего народа, переходит границы и славится по все-

- му миру // Агентство по охране объектов культурного наследия: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: http://www.cha.go.kr/newsBbz/selectNewsBbzView.do;jsessionid=sUwhBuoVYJjHOEIQctcXS4uN0m1je6DymtLDVsdm1VBaSTJkywWY5Wfoll2aeTza.cha-was01_servlet_engine1?newsItemId=155697626§ionId=add_cate_1_sec_1&pageIndex=10&mn=NS_01_10&strWhere=&strValue=&state=&date= (дата обращения: 27.07.2019).
243. 파워블로거 여행시장 움직이는 1인 미디어가 되다 // 여행 정보신문 / Ведущие блогеры становятся движущей силой туристического медиа-рынка // Журнал информации о путешествиях [Электр. ресурс]. – URL: http://www.travelinfo.co.kr/cmm/index_rank.html?MODE=view&BD_CD=NEWS&MSEQ=31786&b_uid=2&m_uid=1&page (дата обращения: 12.10.2019).
244. 한국 천주교 // 한국민족문화대백과사전 / 한국중앙연구소 / Католическая церковь в Корее // Большой толковый словарь корейского этноса и культуры / Центр науч. ресурсов Кореи [Электр. ресурс]. – URL: <http://encykorea.aks.ac.kr/Search/List> (дата обращения: 23.12.2019).
245. 한국관광을 빛낸 11개의 별. – 서울: 2014. – 16 с. / 11 звезд корейского туризма. – Сеул: Министерство культуры, спорта и туризма, 2014. – 16 с.
246. 한국기독교 역사 // 한국민족문화대백과사전 / 한국학중앙연구소 / История корейского христианства // Большой толковый словарь корейского этноса и культуры / Центр науч. ресурсов Кореи [Электр. ресурс]. – URL: <http://encykorea.aks.ac.kr/Contents/Item/E0076228> (дата обращения: 22.11.2019).
247. 한국민족문화대백과사전 / 한국학중앙연구소 / Большой толковый словарь корейского этноса и культуры / Центр науч. ресурсов Кореи [Электр. ресурс]. – URL: <http://encykorea.aks.ac.kr> (дата обращения: 12.11.2019).
248. 한국여행 코스를 변화시킨 다양한 한류 콘텐츠 // 한국국제문화교류진흥원

- / Туристические программы подверглись изменениям под воздействием «корейской волны» // Фонд культурного обмена и содействия: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://kofice.or.kr> (дата обращения: 17.07.2019).
249. 한국의 매력을 한자리에 케이스타일허브개관 // 문화체육관광부. – Туристический центр K-Style Hub – вся многогранная Корея в одном месте // Министерство культуры, спорта и туризма : официальный сайт. – URL: <http://www.mcst.go.kr> (дата обращения: 17.07.2019).
250. 한국화장품, 대러시아 수출급증 // 코트라 / Резкий рост экспорта в Россию корейской косметики // Корейское агентство по содействию торговле и инвестициям: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/list/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=158165> (дата обращения: 09.11.2019).
251. 한눈에 보는 2018 평창 ‘문화올림픽’- 평창·강릉·인근 도시 즐길 거리풍성 ‘문화올림픽 프로그램 북’ 배포 // 문화체육관광부 / Пхёнчхан–2018; «Культурная Олимпиада» в Пхёнчхане; Каннын и соседние города; «Книга о культурной программе Олимпиады» // Министерство культуры, спорта и туризма: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: [URL:https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pMenuCD=0302000000&pSeq=16509&pTypeDept=&pSearchType=01&pSearchWord=&pCurrentPage=1](https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pMenuCD=0302000000&pSeq=16509&pTypeDept=&pSearchType=01&pSearchWord=&pCurrentPage=1) (дата обращения: 17.08.2019).
252. 한류 3.0 의 시대, 일본→중국'으로 대이동 // JTBC 뉴스 / Третье поколение «халлю», глобальное перемещение «Япония → Китай» // Новости JTBC [Электр. ресурс]. – URL: <http://news.jtbc.joins.com> (дата обращения: 17.09.2019).
253. 한류효시 사랑이 뭐길래 중국 상륙 20 년 // 연합뉴스 // Корейская дорама «А что такое любовь?» как источник «халлю», накрывшей Китай 20 лет назад // Новостной портал «Рёнхап» [Электр. ресурс]. – URL:

<https://www.yna.co.kr> (дата обращения: 17.11.2019).

254. 한복 유행을 바라보는 서로 다른 시선 // 한국국제문화교류진흥원 / Почему столь популярен национальный корейский костюм «ханбок» // Корейский фонд международного культурного обмена: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: [http://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_03_view.asp?seq=7939&page=10&find= &search=&genre=](http://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_03_view.asp?seq=7939&page=10&find=&search=&genre=) (дата обращения: 12.10.2019).
255. 한복, 명절에만 입으란 법 있나요? // 조선일보 / Вы надеваете ханбок только по праздникам? // Чосон Ильбо [Электр. ресурс]. – URL: https://news.chosun.com/site/data/html_dir/2014/10/02/2014100200286.html (дата обращения: 22.12.2019).
256. 한복진흥센터 / Центр продвижения корейского национального костюма: официальный сайт [Электр. ресурс]. – URL: <http://www.hanbokcenter.kr/user/nd7952.do> (дата обращения: 17.11.2019).

АНКЕТА № 1
(респонденты – российские туристы)

Благодарим всех, кто принял участие в анкетировании!

Какой из нижеперечисленных факторов (причин), по Вашему мнению, оказывает существенное влияние на туризм в Республике Корея? Выставьте, пожалуйста, от 0 до 5 баллов по нарастающей соответственно важности причины привлечения туристов из Приморского края:

- 1) увеличение времени для отдыха и досуга россиян (____);
- 2) соглашение о безвизовом въезде между Россией и Республикой Корея (____);
- 3) нестабильная ситуация вокруг Северной Кореи (____);
- 4) высокие медицинские технологии в Южной Корее (____);
- 5) особенности климата Южной Кореи (____);
- 6) близкое расстояние между Южной Кореей и Приморским краем (____);
- 7) стихийные бедствия и инфекционные заболевания (птичий грипп и пр.) (____);
- 8) рост доходов российского населения (____);
- 9) колебания валютного курса (____);
- 10) посещение культурных объектов (____).

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

- 1) увеличение времени для отдыха и досуга россиян (4 балла);
- 2) соглашение о безвизовом въезде между Россией и Республикой Корея (4 балла);
- 3) нестабильная ситуация вокруг Северной Кореи (3,2 балла);
- 4) высокие медицинские технологии в Южной Корее (4,3 балла);
- 5) особенности климата Южной Кореи (4,1 балла);
- 6) близкое расстояние между Южной Кореей и Приморским краем (3,7 балла);
- 7) стихийные бедствия и инфекционные заболевания (птичий грипп и пр.) (4,8 балла);
- 8) рост доходов российского населения (3,9 балла);
- 9) колебания валютного курса (4,3 балла);
- 10) посещение культурных объектов (4,5 балла).

АНКЕТА № 2
(респонденты – корейские туристы)

Благодарим всех, кто принял участие в анкетировании!

Какой из нижеперечисленных факторов (причин), по Вашему мнению, оказывает существенное влияние на туризм в Приморском крае? Выставьте, пожалуйста, баллы, соответствующие важности причины привлечения туристов из Южной Кореи (0 баллов – факторы, не влияющие на туризм в Приморском крае; 5 баллов – важные факторы, влияющие на туризм в Приморском крае):

- 1) увеличение времени для отдыха и досуга у корейцев (____);
- 2) соглашение о безвизовом въезде между Россией и Республикой Корея (____);
- 3) особенности российского климата и близкое расстояние между Южной Кореей и Приморским краем (____);
- 4) рост доходов населения в Южной Корее (____);
- 5) колебания валютного курса (____);
- 6) стихийные бедствия и инфекционные заболевания (птичий грипп и пр.) (____);
- 7) посещение культурных объектов (____).

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

- 1) увеличение времени для отдыха и досуга у корейцев (4,4 балла);
- 2) соглашение о безвизовом въезде между Россией и Республикой Корея (4 балла);
- 3) особенности российского климата и близкое расстояние между Южной Кореей и Приморским краем (4,1 балла);
- 4) рост доходов населения в Южной Корее (3,9 балла);
- 5) колебания валютного курса (4,5 балла);
- 6) стихийные бедствия и инфекционные заболевания (птичий грипп и пр.) (4,1 балла);
- 7) посещение культурных объектов (4,3 балла).

АНКЕТА № 3
(респонденты – российские туристы)

Благодарим всех, кто принял участие в анкетировании!

1. Во время тура в Республике Корея что Вы хотите делать?
а) смотреть концерт К-рор музыки; б) посещать съемки дорам.
2. Во время тура в Южной Корее посещали ли Вы концерты К-Рор музыки или съемки дорам?
а) да; б) нет.
3. Получилось ли у Вас посмотреть концерт К-рор музыки или посетить место съемок дорам? Если не удалось, то укажите, пожалуйста, причину.
(_____)

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

1. 92 % респондентов хотели посмотреть концерт К-рор музыки.
2. Только 2 % респондентов посмотрели концерт К-рор музыки, 98 % респондентов не смотрели концерты и не посещали места съемок драм.
3. 92 % респондентов написали, что «время туристической поездки и время концерта не совпадали», 6 % пожаловались на «высокие цены на концертные билеты», из-за чего они были вынуждены отказаться от похода на концерт; 2 % указали на «недостаточное количество информации о проведении концертов».

АНКЕТА № 4

(респонденты – российские туристы)

Благодарим всех, кто принял участие в анкетировании!

I. Чем бы Вы хотели заняться во время поездки в Южную Корею?

- 1) сходить на концерт корейского поп-музыканта;
- 2) посетить место съемок телевизионных сериалов;
- 3) пройти медицинское обследование;
- 4) пластическая хирургия и косметологические услуги;
- 5) посетить художественное представление («Нанта»);
- 6) принять участие в фестивале;
- 7) проживание при храме;
- 8) посетить музеи и художественные галереи;
- 9) гастрономический туризм (знакомство с корейской национальной кухней);
- 10) посетить места с красивыми природными пейзажами.

II. Выберите по порядку все достопримечательности и культурные учреждения, которые Вы посещали во время путешествия в Южную Корею:

- 1) Инсадон; 2) Тондэmun; 3) Намсан Тауэр; 4) Чхонгечхон; 5) Кенбоккун; 6) Ханок Маиль; 7) музей; 8) художественные галереи; 9) прочее.

(_____)

III. Какие сложности Вы испытали во время путешествия в Корею?

- 1) тяжело найти сувениры; 2) недостаток информационных указателей;
- 3) недостаток мест для посещения; 4) сложности с использованием транспорта;
- 5) принуждение к покупке товаров; 6) недостаток туристической информации;
- 7) прочее.

(_____
_____)

IV. Напишите, вкусная ли была кухня во время путешествия в Корею.

V. Отметьте особенности кухни во время путешествия в Корею.

VI. Вы владели информацией о проводимых культурных мероприятиях во время зимних Олимпийских игр в Пхёнчхане?

VII. Какой тур Вы выберете, самостоятельный или групповой?

VIII. Ваш возраст?

☐ от 10 до 20 лет ☐ от 20 до 30 лет ☐ от 30 до 40 лет ☐ от 40 до 50 лет ☐ от 50 лет.

IX. На какое время Вы останавливались в данном районе?

Укажите цифрами _____ ночей _____ дней

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

I. Чем бы Вы хотели заняться во время поездки в Южную Корею?

Ответы даются по порядку популярности причины поездки: 1) посетить места с красивыми природными пейзажами; 2) сходить на концерт корейского поп-музыканта; 3) гастрономический туризм (знакомство с корейской национальной кухней); 4) посетить музеи и художественные галереи; 5) принять участие в фестивале; 6) посетить художественное представление («Нанта»); 7) посетить место съемок телевизионных сериалов; 8) проживание при храме; 9) пройти медицинское обследование; 10) пластическая хирургия и косметологические услуги.

II. Выберите все по порядку достопримечательности и культурные учреждения, которые Вы посещали во время путешествия в Южную Корею: 1) Тондэмун; 2) Инсадон; 3) Кенбоккун; 4) Намсан Тауэр; 5) Чхонгечхон; 6) Ханок Мабыль.

Ответы № 7 (музей), № 8 (художественные галереи) и № 9 (прочее) – не были выбраны. (причина: небольшое количество знаменитых музеев и галерей, а также недостаток информации о культурно-просветительских местах).

III. Какие сложности Вы испытали во время путешествия в Корею?

Респондентами были выбраны следующие ответы: 1) сложности с использованием транспорта; 2) прочее (этикет при питании и острые блюда).

IV. Вкусные южнокорейские блюда, отобранные туристами из Приморья, (по степени популярности):

1) пибимпап; 2) пулькоги; 3) курица во фритюре; 4) мясо самгепсаль.

V. Особенности южнокорейских еды и напитков:

1) патпинсу; 2) хе (сырая рыба); 3) пантеги; 4) алкогольный напиток макколи.

VI. Вы смотрели информацию о проводимых культурных мероприятиях во время зимних Олимпийских игр в Пхёнчхане?

Жители Приморского края не владеют информацией о проводимых мероприятиях.

VII. Опрос показал, что подавляющее большинство приморцев предпочитают совершать самостоятельные туристические поездки.

VIII. Ответы приведены по порядку: больше всего было людей от 30 до 40 лет, далее идут туристы от 20 до 30, от 40 до 50, от 50 до 60 лет.

IX. Предпочитаемая длительность поездки: 8 дней 7 ночей или 7 дней 6 ночей.

АНКЕТА № 5

(респонденты – корейские туристы)

Благодарим всех, кто принял участие в анкетировании!

1. Какой тур вы выберете, самостоятельный или групповой?

2. Вы взрослый?

☐ от 10 до 20 лет ☐ от 20 до 30 лет ☐ от 30 до 40 лет ☐ от 40 до 50 лет ☐ от 50 лет.

3. Какая у Вас профессия?

☐ Директор, менеджер ☐ Профессионал (врач, адвокат, учитель и т.д.) ☐ Технические профессии (медсестра, инженер и т.д.) ☐ Клерк ☐ Профессии в сфере обслуживания ☐ Ремесленная профессия ☐ Самостоятельная деятельность ☐ Офисный работник (есть профессия) ☐ Домохозяйка ☐ Студент ☐ На пенсии ☐ Безработный ☐ Прочее

4. На какое время Вы останавливались в данном районе?

Укажите цифрами ____ ночей ____ дней

5. Сколько приблизительно денег Вы потратили на данную поездку?

Сумма _____

6. Выберите основные сувениры, купленные во Владивостоке во время данной поездки.

1) Чай; 2) Водка; 3) Березовый гриб чага; 4) Шоколад; 5) Сувениры из янтаря; 6) Шапки из меха; 7) Матрёшка; 8) ☐ Прочее _____

7. Напишите по порядку четыре наиболее запомнившихся туристических места из тех, которые Вы посетили. Расставьте места по приоритету (четыре позиции):

1. () 2. () 3. () 4. ()

☐ ЖД вокзал ☐ Фуникулер ☐ Маяк ☐ Океанариум ☐ Золотой мост, Русский мост ☐ площадь Борцов за власть Советов ☐ улица Фокина ☐ памятник Ю. И. Бринеру ☐ Покровский кафедральный собор ☐ Дальневосточный федеральный университет) ☐ улица Светланская ☐ Орлиное Гнездо (памятник св. Кириллу и Мефодию) ☐ Арка Цесаревича Николая ☐ Спортивная набережная ☐ казино ☐ памятник Муравьеву-Амурскому ☐ Прочее _____

8. Отметьте музеи, которые Вы посещали (Если вы не посещали музеи, переходите к номеру 9):

☐ Музей Арсеньева ☐ Мемориальная подводная лодка С-56 ☐ музей «Владивостокская крепость» ☐ прочее _____

9. Вспомните все неудобства, которые Вы испытывали при посещении музея:

- 1) запутанность транспортных маршрутов; 2) нехватка парковочных мест;
3) недостаток переведенных указателей и табличек с пояснениями; 4) прочее _____

10. Отметьте художественные галереи, которые вы посетили:

- ☐ Приморская государственная картинная галерея
☐ Центр современного искусства «Заря»
☐ Артгалерея «Ностальгия»
☐ Прочее _____

11. Посещали ли Вы театр оперы и балета?

- 1) да; 2) нет

12. Отметьте все причины, по которым Вы не смогли посмотреть представления театра оперы и балета или посетить выставочные залы музеев и галерей:

- 1) неинтересно; 2) дорогой входной билет; 3) нет знаменитых художественных галерей; 4) не знал о представлении; 5) запутанность транспортных маршрутов; 6) прочее _____

13. Если Вы знаете памятные мероприятия или фестивали, проходящие во Владивостоке, напишите одно.

14. Отметьте неудобства и трудности, испытанные в данной поездке:

- ☐ недостаточное количество туристических и транспортных указателей ☐ неудобный транспорт ☐ было недостаточно мероприятий в сфере культурного туризма ☐ тяжело получить туристическую информацию ☐ недостаточно мест, которые можно посмотреть ☐ загрязненный воздух

15. Вы собираетесь посетить Владивосток еще раз с туристическими целями?

- 1) точно да; 2) да; 3) скорее всего; 4) маловероятно; 5) нет.

16. Выберите вид туризма, которым вы хотели бы заняться при повторном посещении Приморского края:

- 1) культурный туризм; 2) природный туризм; 3) активный отдых; 4) досуговый туризм; 5) развлекательный туризм (казино).

17. Какие виды деятельности вы хотели бы посетить при повторном визите?

- 1) активный отдых (плавание, ходьба, лыжи); 2) культурная деятельность; 3) турпосещение исторических мест и музеев; 4) ознакомление с произведениями искусства; 5) посещение балета, оперы; 6) участие в фестивалях, значимых мероприятиях; 8) посещение природных мест; 9) тур по городу; 10) отдых; 11) казино; 12) прочее _____

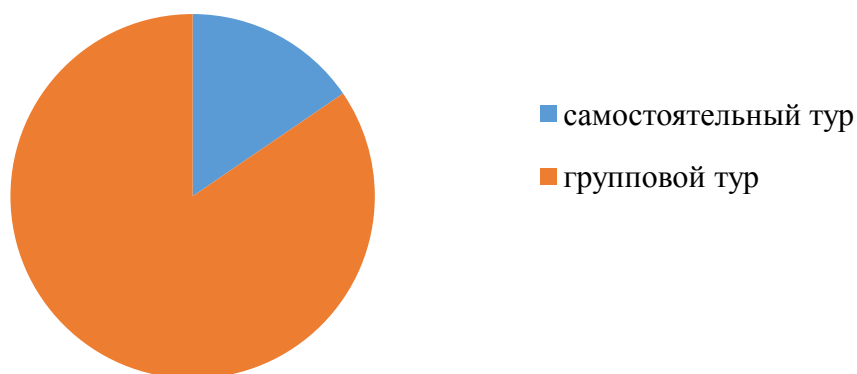
1. (). 2. (). 3. (). 4. (). 5. ().

18. Как изменилось Ваше представление о Владивостоке после данной поездки?

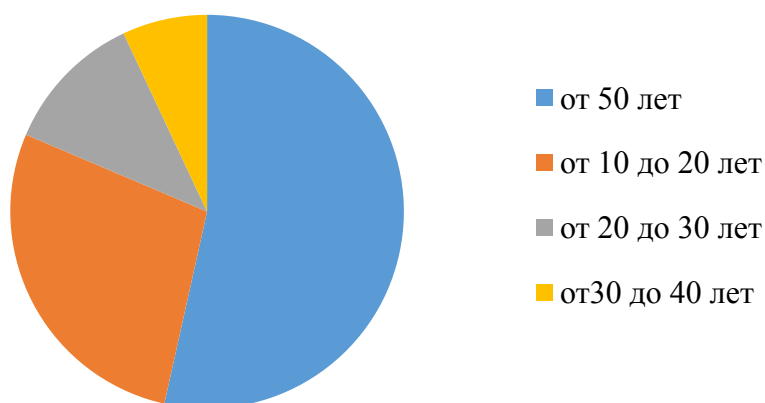
- 1) гораздо лучше, чем перед поездкой во Владивосток;
- 2) лучше, чем перед поездкой во Владивосток;
- 3) такое же, как перед поездкой во Владивосток;
- 4) хуже, чем перед поездкой во Владивосток;
- 5) гораздо хуже, чем перед поездкой во Владивосток.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА

1. Форма путешествия



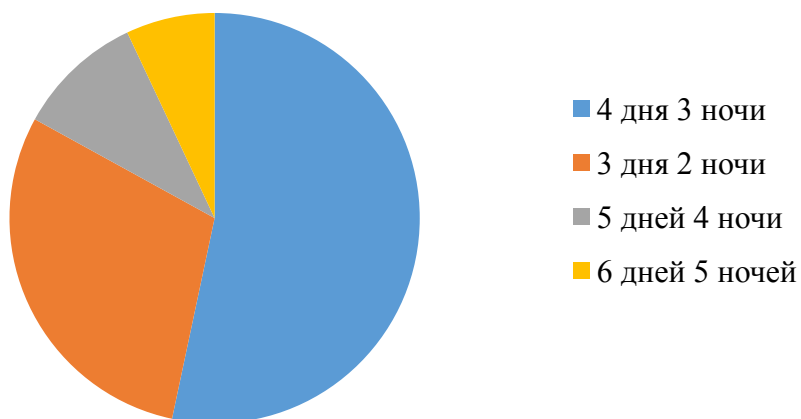
2. Возраст респондентов



3. Профессия

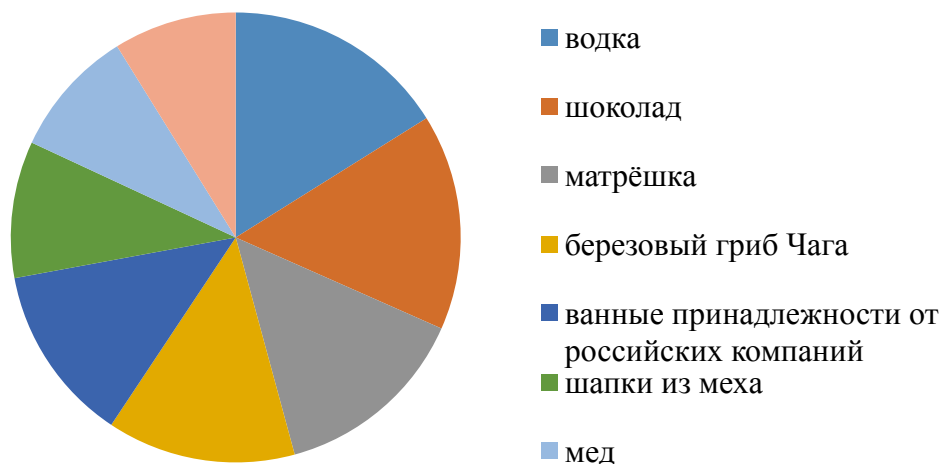


4. Туристический период

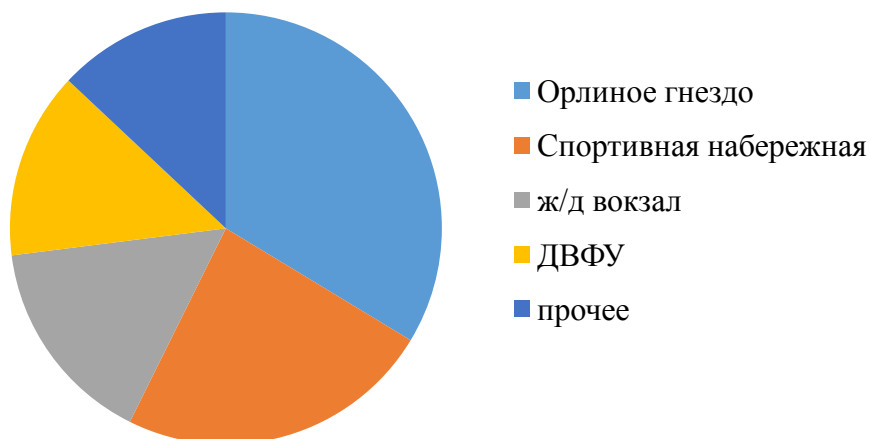


5. Сколько приблизительно Вы потратили на данную поездку?
Стандартная сумма затрат составляет 53–127 тыс. руб.

6. Популярные сувениры



7. Самая популярная достопримечательность Владивостока, которую выбирают корейские туристы



Прочее по порядку:

Золотой мост, Русский мост, Памятник Борцам за власть Советов, памятник Ю. И. Бринеру, памятник Муравьеву-Амурскому, Арка Цесаревича Николая, фуникулер, улица Фокина, Покровский кафедральный собор, маяк, океанариум, казино.

8. Наиболее популярный музей в городе – Это Мемориальная подводная лодка С-56.

Затем следуют Владивостокская крепость и музей им. В.К. Арсеньева.

Другие музеи не названы.

9. Опрос показал, что во время экскурсий у иностранцев возникают сложности с восприятием культурных объектов из-за недостаточных пояснений. На помощь в таких случаях обычно приходит поиск в сети Интернет.

10. Туристы побывали и в картинных галереях, в частности в Центре современного искусства «Заря», Приморской краевой картинной галерее и артгалерее «Ностальгия».

11. Корейские туристы в большинстве посещают театральные представления (оперу и балет).

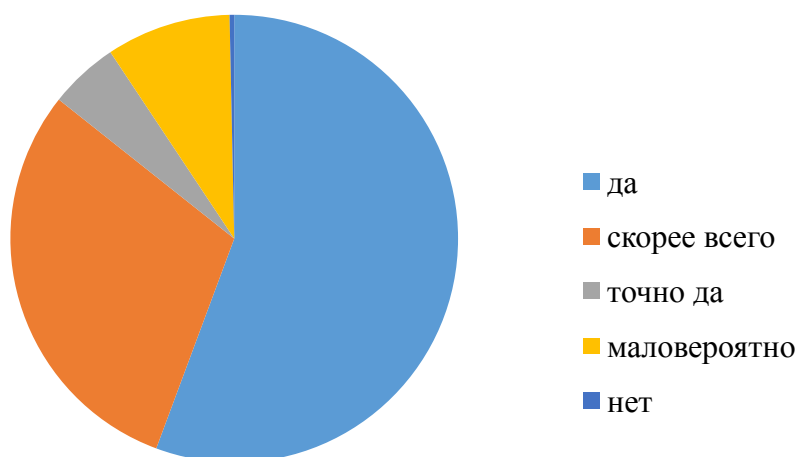
12. Самая значимая причина низкой посещаемости подобных культурных учреждений заключается в недостаточном уровне известности выставляемых в художественной галерее произведений искусства, а также опрошенные чаще всего называли отсутствие сведений о репертуаре и расписании представлений театра оперы и балета.

13. Большинство корейцев не знают о проходящих во Владивостоке фестивалях и значимых событиях.

14. Туристы указали следующие трудности, встреченные при поездке (указываются по порядку):

- 1) загрязненный воздух;
- 2) было недостаточно мероприятий в сфере культурного туризма;
- 3) недостаточно мест, которые можно посмотреть;
- 4) недостаточное количество туристических и транспортных указателей.

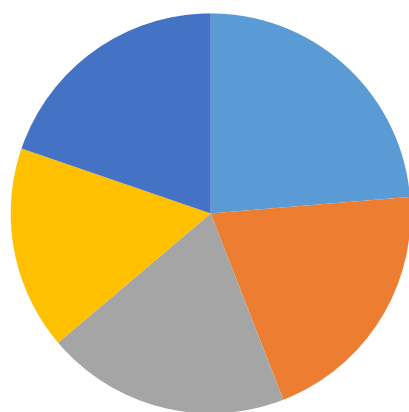
15. Собираетесь посмотреть Владивосток еще раз с туристическими целями?



16. Ответы приводятся по порядку:

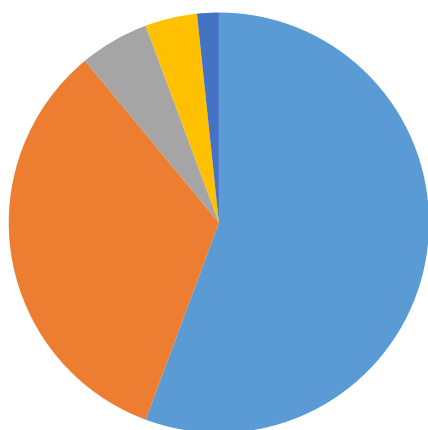
- 1) культурный туризм;
- 2) природный туризм;
- 3) досуговый туризм;
- 4) развлекательный туризм (казино);
- 5) активный отдых.

17. Какие виды туристической деятельности вы хотели бы посетить при повторном визите ?



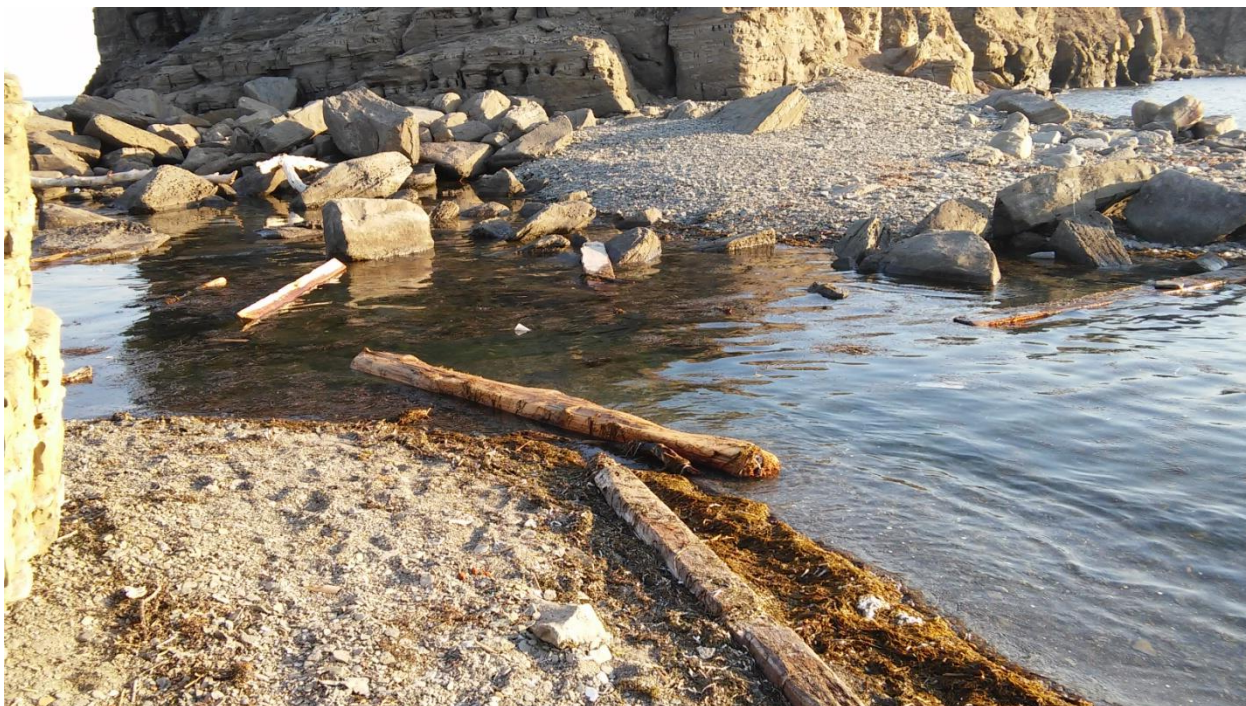
- участие и просмотр фестивалей
- культурная деятельность (Примерка национальной одежды, и т.д)
- посещение балета, оперы
- тур/посещение исторических мест и музеев
- прочее (Активный отдых, Тур по городу, Просмотр произведений искусства)

18. Как изменилось представление о Владивостоке после данной поездки?



- лучше, чем перед поездкой во Владивосток
- такое же, как перед поездкой во Владивосток
- гораздо лучше, чем перед поездкой во Владивосток
- хуже, чем перед поездкой во Владивосток
- гораздо хуже, чем перед поездкой во Владивосток

Переход в бухте Новый Джигит, мыс Тобизина
Деревянные доски уплыли после подъема уровня воды³⁰⁸



³⁰⁸ Фото авт.