

HISTORY OF THE EAST

Historiography, source critical studies, historical research methods

ИСТОРИЯ ВОСТОКА

Историография, источниковедение, методы исторического исследования

Научная статья
УДК 94(510)"382/383"
<https://doi.org/10.31696/2618-7043-2022-5-4-790-804>

Исторические науки

«Золотые недели»: новые подходы к отдыху в Китае в начале XXI в.

Алла Леонидовна Верченко

*Институт Китая и современной Азии РАН, Москва, Россия,
veailan@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0002-8718-8338>*

Аннотация. В последние десятилетия Китай демонстрирует устойчивые темпы экономического роста, что отразилось на повышении личных доходов и уровня материального благосостояния населения. В 2021 г., в год столетия Коммунистической партии Китая, председатель Китайской Народной Республики, генеральный секретарь ЦК КПК Си Цзиньпин заявил о преодолении в Китае абсолютной бедности и создании общества среднего достатка. Представляется актуальным на этом фоне рассмотреть изменения отношения государства и населения к качеству жизни, в частности, к проведению свободного времени, к досугу и рекреации, их содержанию. В качестве объекта исследования, осуществленного на основе публикаций в китайских научных изданиях и периодической печати, автор выбрал т.н. «золотые недели» – семидневные каникулы в китайский новый год, в майские и октябрьские праздники. Проанализированы изменения, произошедшие с этими выходными на протяжении почти четверти века. Автор приходит к заключению, что государственные органы разного уровня систематически отслеживают влияние «золотых недель» на все стороны жизни общества, в своих решениях комплексно учитывают экономические, политические, культурно-образовательные факторы, что вписывается в общую стратегию государственного развития, направленную на продвижение к более высоким стандартам жизни. «Золотые недели» выявили общую тенденцию к переходу китайцев от удовлетворения основных жизненных потребностей к стремлению обогащать свою духовную жизнь.

Ключевые слова: Китай, история, культура, золотые недели, досуг, рекреация, туризм



Контент доступен под лицензией Creative Commons «Attribution-ShareAlike» («Атрибуция-СохранениеУсловий») 4.0 Всемирная.





Для цитирования: Верченко А. Л. «Золотые недели»: новые подходы к отдыху в Китае в начале XXI в. *Orientalistica*. 2022;5(4):790-804. (In Russ.). <https://doi.org/10.31696/2618-7043-2022-5-4-790-804>.

Original article

History studies

<https://doi.org/10.31696/2618-7043-2022-5-4-790-804>

"Golden Weeks": New concepts of leisure in China at the beginning of the 21st Century

Alla L. Verchenko

Institute of China and Contemporary Asia of the RAS, Moscow, Russia,
veailan@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0002-8718-8338>

Abstract. In recent decades, China has demonstrated steady economic growth, which has affected the increase in personal income and the level of material well-being of the population. In 2021, the year of the centenary of the Chinese Communist Party, Chairman of the People's Republic of China, CCP General Secretary Xi Jinping announced the overcoming of absolute poverty and the creation of the moderately prosperous society in China. It seems relevant against this background to consider changes in the attitude of the state and the population to the quality of life, in particular, to spending free time, leisure and recreation, and their content. As an object of research carried out on the basis of publications in Chinese scientific publications and periodicals, the author chose the so-called "golden weeks" – holidays of seven days in the Chinese New Year, May and October holidays. The changes that have occurred with respect to the people and their holidays during almost a quarter of a century were subject of the analysis. The author comes to the conclusion that state bodies of various levels systematically monitor the impact of the "golden weeks" on all aspects of the society, in their decisions comprehensively take into account economic, political, cultural and educational factors. The above fits into the overall strategy of the state development aimed at advancing to higher standards of the people's lives. The "golden weeks" have revealed the overall trend for the Chinese to move from satisfying the basic needs of life to striving for the enrichment of spiritual life.

Keywords: China, history, culture, golden weeks, leisure, recreation, tourism

For citation: Verchenko A. L. "Golden Weeks": New concepts of leisure in China at the beginning of the 21st Century. *Orientalistica*. 2022;5(4):790-804. (In Russ.). <https://doi.org/10.31696/2618-7043-2022-5-4-790-804>.

Введение

Понятие «золотые недели» (黄金周) вошло в лексикон китайцев в 1999 г., когда по решению Госсовета КНР было принято решение о введении двух новых общекитайских семидневных каникул, приуроченных к Дню



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0).





труда 1 мая и Государственному празднику 1 октября. До того в Китае длинные выходные предоставлялись только для празднования нового года по традиционному лунному календарю. Нововведение нашло горячий отклик у населения, повлекло изменения в отношении китайцев к отдыху, рекреации, а также увеличение личных расходов на досуг. Анализ научных публикаций и информации в периодической печати позволил проследить мотивы трансформации политики государства в отношении длинных выходных за более чем 20 лет, значение фактора «золотых недель» для сферы обслуживания и смежных отраслей, пути решения возникавших проблем, а также выявить новые форматы отдыха и их роль в подъеме культурного уровня и обогащении духовной жизни современных китайцев.

Система выходных дней в КНР

Принятый Политическим административным советом КНР 23 декабря 1949 г. «Порядок проведения общенациональных праздников и памятных дат» устанавливал семь праздников: новый год по Григорианскому календарю, китайский новый год Чуньцзе, День труда 1 мая, Государственный праздник 1 октября, День молодежи 4 мая, День детей 1 июня, День армии 1 июля¹. Общекайтайскими днями отдыха были первые четыре. Самые длинные выходные предоставлялись в Чуньцзе – три дня. Система выходных дней неоднократно реформировалась Государственным советом по мере изменения социально-экономической ситуации в стране. До 1994 г. выходным днем, помимо установленных правительством праздников, было только воскресенье. Набор однодневных развлечений не отличался большим разнообразием и ограничивался прогулками в парках, походом в кино, ресторан и в гости. Одним из популярных видов проведения вечернего досуга в 1990-е гг. стала развлекательная программа, запущенная Центральным телевидением и труппой Чжэнда. 1 мая 1995 г. в стране была официально введена 5-дневная рабочая неделя. Двухдневный отдых в конце недели пришел на смену чередованию «красных» и «черных» суббот и очень скоро продемонстрировал экономическую эффективность. Китайцы стали учиться тратить накопления на досуг, а индустрия культуры и туризма стремилась обеспечить разнообразие форм отдыха. Туристические компании сначала в экономически развитых районах, а позже и других частях страны начали предлагать так называемые пакеты отдыха на двухдневные выходные. Становилось очевидным, что новая система способствует развитию сферы услуг (торговли, транспорта, туризма, гостиничного бизнеса и др.). Следующий шаг по увеличению количества дней отдыха делается в 1999 г.: вводятся общенациональные семидневные выходные по случаю Чуньцзе, 1 октября и 1 мая, получившие в народе название «золотые недели». Они должны были дать новый импульс для обеспечения досуга граждан и роста потребительских расходов населения. Это было большое событие для страны, население которой не имело отпусков, не знало продолжительного отдыха и не имело опыта расходования средств на развлечения. Длительные каникулы раньше предоставлялись лишь в период

¹全国年节及纪念日放假办法 (The procedure for holding national holidays and memorable dates). Available from: http://www.gov.cn/zhengce/2020-12/25/content_5574202.htm (accessed: 24.07.2022). (In Chin.).



Чуньцзе, который по традиции был семейным торжеством и не подразумевал поездок с туристическими и познавательными целями². Нововведение оказало серьезное влияние на отношение населения к рекреации, распределению и содержанию свободного времени, структуре личных расходов и др.

История «золотых недель»

Рассмотрим, как возникли и развивались «золотые недели», как государство, постоянно отслеживая ситуацию, оперативно реагирует и в соответствии с требованиями времени гибко изменяет календарь выходных дат, порядок и содержание проведения длинных выходных в течение новых (майской и октябрьской) «золотых недель».

История «золотых недель» уходит корнями в далекое прошлое. Китайские исследователи напоминают, что семидневные каникулы по случаю зимнего солнцестояния, традиционных праздников Чуньцзе и Цинмин существовали еще во времена династий Тан и Сун (VII–X вв.), однако официальный отпуск разрешался только чиновникам. Абсолютное большинство населения Китая не знало отдыха, а понятие «досуг» относилось лишь к высшим слоям общества. При танском императоре Сюань-цзуне (685–762), например, чрезвычайно популярны стали петушиные бои, которые регулярно устраивались в столице страны Чанъане (长安). В «Полном собрании Танских стихов» они упоминаются более 50 раз³. Пребывание на природе вдохновляло на чтение и сочинение стихов, чем занимались и поэты, и императоры, и придворные. Известно популярное развлечение, когда участники наливали вино в крошечные глиняные или фарфоровые пиалки и отправляли их по водному лабиринту, сопровождая декламацией стихов. Получатель должен был сочинить строки в ответ либо выпить вино. Пышные угощения с вином и яствами, выступления музыкантов, танцоров, актеров традиционного театра всегда сопровождали развлечения элиты. В хорошую погоду запускали воздушных змеев, играли в поло. Традиционно это происходило в весеннюю «золотую неделю», в праздник Цинмин. Самый известный стиль игры в поло был у жителей Дуньхуана (敦煌). В старом Китае проведение досуга состояло как в активном отдыхе, так и в созерцании, любовании природой, стихотворном выражении эмоций и философских размышлениях.

В КНР длительные семидневные выходные в добавление к прежнему продолжительному отдыху Чуньцзе вернулись в 1999 г. Их утвердил Государственный совет в постановлении «Порядок проведения общенациональных праздников и памятных дат»⁴. Три выходных дня были объединены с двумя

² В данной статье содержание «золотой недели» в период празднования Чуньцзе не освещается, т. к. оно многократно исследовалось ранее российскими учеными. См.: [1; 2; 3; 4; 5; 6].

³ 唐宋清明七天"黄金周": 斗鸡 踏青 马球 戴柳 (Tang, Song Qing Ming seven-days "Golden Week": cockfighting, outing, polo, wearing willow branches on a head). Available from: http://www.xinhuanet.com/politics/2017-04/02/c_1120744410.htm (accessed: 24.07.2022). (In Chin.).

⁴ 全国年节及纪念日放假办法 (1999年9月18日) (The procedure for holding national holidays and memorable dates. 18.04.1999). Available from: <http://news.enorth.com.cn/system/2007/11/09/002302247.shtml> (accessed: 24.07.2022). (In Chin.).



субботами и воскресеньями до и после праздников. Новые выходные получили красивое название «золотая неделя», по аналогии с японской «золотой неделей» (ゴールドенウィーク) [3]. В начале мая японцы по традиции посещают места, связанные с историей и культурой страны, наслаждаются природой, созерцанием цветущих сакуры, азалий и гортензий.

В начале XXI в. Китай демонстрировал стабильный рост ВВП и доходов на душу населения. Темпы роста последних нередко опережали темпы роста ВВП [6, с. 88]. В стране формировался средний класс, что способствовало превращению Китая в страну-потребителя номер один в мире. Если в 2000 г. средний класс в Китае составлял всего 3% населения, то в 2021 г. этот показатель достиг 1,07 млрд чел., т. е. более 70% населения⁵. Экономика откликнулась на необходимость удовлетворения внутреннего спроса, в том числе в сфере услуг. Началось стремительное развитие таких отраслей, как транспорт, связь, торговля, туризм, здравоохранение. Введение «золотых недель» было ответом на совокупность всех этих факторов и соответствовало проводимой в то время корректировке макроэкономической структуры Китая. Важнейшей причиной эволюции системы выходных дней стало повышение эффективности труда в стране, определяемое прогрессом науки и техники.

С одной стороны, увеличение расходов населения на длительные поездки, как показал опыт двухдневных выходных, стимулировало потребление, которое в условиях новой экономической нормальности играет фундаментальную роль в экономическом развитии [7, с. 88]. Оно дало значительные прибыли сфере услуг, чем внесло вклад в подъем экономики, способствовало расцвету так называемой праздничной экономики [8, с. 79]. С другой стороны, нельзя забывать о провозглашенном государством курсе на повышении культурно-образовательного уровня населения, чему могли способствовать и внутренний, и выездной туризм, знакомство с историей и культурой своей страны и мира. С самого начала введения «золотых недель» Министерство культуры и туризма и его органы на местах уделяли большое внимание содержанию культурной и образовательной составляющим досуга.

Китайские авторы по-разному оценивают причины введения «золотых недель». Одни ставят на первое место стремление властей дать народу полноценный отдых, другие видят причину в политике государства по оживлению экономики за счет роста внутреннего потребления. Примечательно, что в большинстве китайских исследований на эту тему первое место отводится культурному наполнению досуга, что соответствует «концепции развития, в которой народ занимает центральное место», и стратегическому курсу КПК, ориентированному на заботу о людях, «переход к более высоким стандартам жизни и реализацию мечты народа о прекрасной жизни»⁶. Си Цзиньпин еще в бытность губернатором провинции Фуцзянь накануне «золотых недель» лично проводил смотр готовности объектов сферы обслуживания и культуры

⁵ 中国有1.09亿的中产阶级,居全球最多,有多少钱才能成为中产? (China has a middle class of 1.09 billion, the largest in the world. How much money does it take to become a middle class?). Available from: <https://www.163.com/dy/article/G0029QRV05372GNU.html> (accessed: 29.06.2022). (In Chinese).

⁶ Полный текст доклада, с которым выступил Си Цзиньпин на 19-м съезде КПК. http://russian.news.cn/2017-11/03/c_136726299.htm (дата обращения 15.06.2022).



к приему повышенного потока туристов, показывая пример местным администрациям. Теперь этот опыт распространился на всю страну.

Первая «золотая неделя» пришлось на государственный праздник КНР 1 октября 1999 г. Туристический бум мгновенно охватил страну, в первую очередь жителей больших городов – Пекина, Шанхая, Гуанчжоу и более развитую экономически восточную часть страны. За семь дней количество туристов достигло 28 млн чел., совокупный доход от туризма составил 14,1 млрд юаней. Статистика демонстрировала стабильный рост этих показателей в течение 20 лет. Максимальные значения были достигнуты в октябрьскую неделю 2019 г. (перед пандемией COVID-19): 782 млн туристов и 649,71 млрд ю. дохода⁷.

Государственное управление туризма указывало, что «золотые недели» – неординарный новаторский шаг, предпринятый правительством во имя народа⁸. Между тем, в обществе шли дебаты по поводу плюсов и минусов введения продолжительных выходных. Приводились многочисленные примеры снижения качества обслуживания в этот период, нарушений правил безопасности, нанесения ущерба природе [11, с. 78]. Результатом дискуссий стала официальная отмена с 2008 г. майской «золотой недели». Ее три выходных дня добавили по одному к Цинмин (Дню поминовения усопших), Дуаню (Празднику лодок-драконов) и Чжунцю (Празднику середины осени). Перераспределение выходных дней свидетельствует о том, что на официальном уровне стали больше обращать внимание на многовековую культуру и народные традиции, содержание которых неразрывно связано с памятью о предшествующих поколениях и почитанием национальных ценностей. Во время народных праздников по всей стране проводятся разнообразные фольклорные фестивали, что помогает китайцам, особенно молодежи, не забывать о своих корнях.

Новые изменения принесла октябрьская «золотая неделя» 2015 г. По прогнозам, основанным на данных по бронированию гостиниц и покупке билетов, ожидался максимальный с 1999 г. поток туристов, поэтому некоторые самые популярные туристические объекты ввели ограничения на посещение. Это касалось количества проданных билетов и времени пребывания на туристическом объекте. В ряде мест билеты продавали предварительно и только через сайты. В список вошли такие объекты, как Запретный город и Олимпийский парк в Пекине, храм Конфуция в Нанкине, природные заповедники Цзючжайго, Эмэйшань (пров. Сычуань), Лаошань (пров. Шаньдун), Байюнь (пров. Гуанчжоу), Гуланьюй (пров. Фуцзянь). Практика показала, что максимальная пропускная способность туристических мест мало расходится с притоком людей в пиковый период «золотых недель». Зато упорядочение посещений делало их безопаснее за счет равномерного распределения посетителей в течение дня.

⁷ 十一黄金周国内旅游收入超6400亿超7 亿人次出游 (More than 700 million tourists traveled in China in October's Golden week, generating more than 640 billion in revenue). Available from: <http://travel.people.com.cn/n1/2019/1007/c41570-31386062.html> (accessed: 30.05.2022). (In Chinese).

⁸ 吴丰. 黄金周, 废还是留? (Golden Week: to Abandon or to Keep?) – 四川省情 (Sichuan province statistic journal). 2007(5):49.



Отмененная официально в 2008 г. майская «золотая неделя» постепенно трансформировалась в пятидневные каникулы за счет объявления рабочими днями по одному выходному в конце апреля и начале мая. Такими стали майские выходные в 2019–2022 гг. Это соответствует предложениям некоторых ученых о сохранении третьих длинных каникул либо в мае, либо в другое время года, чтобы оптимизировать туристические потоки и не перегружать осеннюю «золотую неделю» [10, с. 81]. Хотя майские каникулы сократились с 7 до 5 дней, они по-прежнему дают возможность для продолжительного содержательного отдыха. «Золотые недели» предоставляют дополнительные дни отдыха всем гражданам, включая тех, кому официально отпуск не положен.

На протяжении последних десятилетий индустрия туризма переживала бурное развитие не в последнюю очередь за счет введения «золотых недель». До эпидемии КОВИД-19 Китай был крупнейшим в мире рынком внутреннего и выездного туризма. Пандемия коронавируса отрицательно сказалась на праздничном туризме. Под влиянием эпидемии изменились направления туризма – в последние два года китайцы совершали поездки только внутри страны, причем чаще всего на короткие расстояния и в пределах своей провинции, ориентируясь главным образом на посещение природных заповедников, т. е. на нахождение в открытом пространстве.

Проблема «золотых недель» неизменно остается предметом изучения и дискуссий китайских ученых, темой для обсуждения общественности. Наука анализирует отношение граждан к длительным каникулам, количественные показатели (число туристов и их расходы, доходы туристической отрасли, прибыль розничной торговли и др.), качественные показатели (содержание отдыха, культурно-образовательная составляющая, уровень обслуживания, состояние окружающей среды), территориальные показатели (направления внутреннего и выездного туризма). Граждане обсуждают отдых в «золотые недели» на сайтах туристических компаний, в социальных сетях и прессе, указывают на его плюсы и минусы. Государственные органы принимают во внимание все мнения для координации порядка проведения «золотых недель».

Проблемы «золотых недель» и возможности их решения

К 2006–2007 гг., когда отдых в «золотые недели» приобрел устойчивую популярность среди населения страны, выявились многочисленные проблемы, связанные с приобретением авиа- и железнодорожных билетов, движением по дорогам, бронированием мест в гостиницах, получением качественного туристического обслуживания, доступностью исторических достопримечательностей, культурных объектов, природных заповедников и др. В сетях появились жалобы на то, что на фотографиях, без которых китайцы не мыслят ни одной поездки, невозможно увидеть природные красоты, видны только толпы туристов, закрывающие объект съемки. Поступали жалобы на уровень сервиса в гостиницах и объектах общепита. В музеях посетители с трудом пробирались к экспонатам. Природные зоны отдыха долго не могли восстановиться после огромного семидневного потока организованных и индивидуальных туристов. Многие автотуристы застревали в пробках, несмотря на разрешение бесплатного проезда по скоростным трассам, не могли найти



место на парковках. В майскую «золотую неделю» 2006 г. в Нанкинском храме Конфуция, например, число туристов за один день намного превысило максимально допустимое количество посетителей в 500 тыс. чел., что вынудило администрацию ввести ограничения. Аналогичная картина наблюдалась практически во всех излюбленных местах отдыха китайцев. С самого начала майские недели были временем наибольшей концентрации туристов и напряжения досугового рынка. Причина упомянутой выше отмены с 2008 г. майской «золотой недели» была в том, что правительство старалось снять повышенную нагрузку на отдельные объекты туризма⁹. Однако меры не дали ожидаемого результата. Проблемы остаются, и при населении страны в 1,4 млрд решить их крайне сложно. Финансовые возможности китайцев, их интерес к туризму и посещению всевозможных культурных и исторических мест, как в стране, так и за рубежом, непрерывно растут.

Пути решения проблем повышенной нагрузки на объекты культуры демонстрирует Пекин. Главным местом посещения в столице считается дворцовый комплекс Запретного города и его музеи. Число желающих осмотреть их нередко превышает максимально возможные 80 тыс., что вызывает озбоченность дирекции. Превышение допустимого числа туристов стало самой большой головной болью музейного комплекса Гугун, тем более что в октябрьскую «золотую неделю» погода стоит, как правило, хорошая и посетители с удовольствием подолгу остаются на его территории. Самая большая нагрузка ложится на три главных павильона, осмотреть которые предпочитают 90% всех гостей. В Гугуне, как и в других музеях Китая, возможности преодоления трудностей видят в расширении площадей экспозиций, открытии ранее недоступных помещений, ограничении времени сеансов, внедрении новейших технологий (цифровые музеи, выставки). Повсеместно вводится система бронирования (预约旅游), позволяющая спланировать часы работы объектов культуры, упорядочить потоки туристов, чтобы избежать скопления людей, снизить угрозы их безопасности и риск для здоровья, что стало особенно актуально в период пандемии COVID-19¹⁰.

Ежегодно во время «золотых недель» возникают пробки на дорогах. С ростом благосостояния населения количество личного автотранспорта увеличивается, и многие семьи предпочитают теперь самостоятельные поездки на своих машинах, а не на автобусе в группе, что увеличивает загруженность дорог. Повышенная нагрузка на самые популярные места посещения привела к снижению уровня экскурсионного обслуживания. Возникла также проблема защиты природы и культурных реликвий. Уханьский университет, например, был вынужден ввести ограничения входа на территорию во время цветения сакуры. Любование природой – излюбленный вид отдыха китайцев, и в майскую «золотую неделю» парк переполняли желающие прогуляться среди цветущих деревьев. В будни число посетителей доходило до 20 тыс. чел., в выходные превышало 40 тыс., что и привело к введению ограничений как единственно эффективной мере для защиты природы. Любые

⁹ «我们的假»这样变迁 (Our Holidays are changing like this) – 解放日报 (Liberation Newspaper). 27.04.2020.

¹⁰ Ibid.



ограничения вызывают недовольство, но разъяснительная работа органов власти и общественных организаций находит понимание среди населения.

В то же время органы надзора предпринимают меры для улучшения работы сферы обслуживания, усиливают контроль как в гостиничном бизнесе, так и в сфере общественного питания и розничной торговли, чтобы помочь гражданам лучше отдохнуть в отпуск.

Культурная составляющая «золотых недель»

Цель «золотых недель» состоит в том, чтобы обеспечить населению достойный отдых. Культура, туризм, спорт – это те виды досуга, которые улучшают качество жизни. Китайские власти в центре и на местах серьезно занимаются досуговым образованием населения и пропагандой здорового образа жизни. Развитие досуга включается в планы социально-экономического развития территорий для решения таких стратегических задач, как комплексное развитие и распространение культуры и туризма, культурный обмен и повышение качества жизни. Современные китайцы предъявляют высокие требования к досугу, обращают внимание не только на цены, но еще больше – на качество и разнообразие предоставляемых услуг. Изменения рыночного спроса и доходов населения привели к появлению и развитию новых туристических специализаций. Наряду с по-прежнему популярными видами – осмотром достопримечательностей и посещением природных зон, прогулками на природе – приобрели популярность такие виды туризма, как промышленный, сельскохозяйственный, «красный», спортивный, оздоровительный, экотуризм.

Промышленный туризм (工业旅游) знакомит с предприятиями, производственным процессом и жизнью рабочих, сочетается с посещением культурно-исторических объектов. Управления туризма на местах разрабатывают специальные маршруты, куда входят экскурсии в компании, производящие продукцию известных брендов, на предприятия «производственных маяков»¹¹. Туристическими объектами становятся не только современные действующие предприятия, но и старые объекты, превращенные в музеи. Среди них есть предприятия, построенные с помощью СССР в 1950-е гг.: Фэнманьская ГЭС, рабочие поселки с уникальной архитектурой в т.н. стиле «су» (советской), выработанные рудники и др. Промышленный туризм давно существует в развитых странах Европы и Америки, теперь он получил развитие и в Китае.

Агротуризм или агроэкологический туризм (农业旅游) включает посещение сельской местности, участие в производственной деятельности, проживание в местных семьях, в том числе ночлег на традиционном кане, знакомство с особенностями деревенской жизни. Приобретает популярность «чайный» туризм. Гости могут сами собирать чайные листья, наблюдать за процессом ферментации, участвовать в чайной церемонии. Подобные программы имеют двойную направленность. С одной стороны, они содействуют экономическому подъему села и повышению благосостояния местных крестьян, с другой – знакомят с жизнью деревни и ее продукцией.

¹¹ Производственный маяк (生产标兵) – предприятие, соответствующее самым высоким мировым критериям современного интеллектуального цифрового производства, сбережения ресурсов и охраны окружающей среды.



«Красный туризм» (红色旅游) направлен на изучение революционной истории Китая, сохранение памяти о героическом прошлом страны, укрепление чувства патриотизма. Он поддерживается на самом высоком уровне. Си Цзиньпин в поездках по стране обязательно посещает места, связанные с освободительной борьбой китайского народа под руководством КПК, напоминает массам о первоначальном замысле и великом походе (不忘初心 伟大征程). Например, провинция Фуцзянь, где китайский лидер работал продолжительное время, по его словам, «имеет уникальные преимущества для изучения истории партии и страны» и включена во многие туристические маршруты. «Красный туризм» переживал бум в 2021 г., в год празднования 100-летия КПК. Места, связанные с историей партии (Шанхай, Нанкин, Гуанчжоу, Ухань), пользовались особой популярностью¹².

Спортивный и оздоровительный туризм (体育健身旅游) только начинает приобретать популярность в Китае и наполняет «золотые недели» новым содержанием. В 2018 г. всего 10% респондентов имели опыт оздоровительного отдыха, больше половины опрошенных лишь выражали интерес к этому виду туризма. Он больше привлекает людей среднего и старшего возраста и включает лечебно-оздоровительные и медицинские процедуры, отдых в горячих источниках и др.¹³.

Китайский рынок спортивного туризма растет с огромной скоростью – 30–40% в год, что намного выше средних темпов роста мирового рынка спортивного туризма. Его развитие переходит от экстенсивного количественного роста к внутреннему качественному. Туркомпании предлагают занятия спортом на открытом воздухе, пешие и велосипедные прогулки, спортивное ориентирование, восхождение в горы, участие в спортивных соревнованиях. Государственное управление по делам спорта совместно с Министерством культуры и туризма в целях поддержки общей государственной стратегии «Здоровый Китай» выработали в 2017 г. конкретные рекомендации по ее реализации и постоянно предлагают новые маршруты здорового отдыха и рекреационного туризма¹⁴.

Экотуризм (生态旅游) включает путешествия в места с относительно нетронутой природой для ознакомления с их уникальными ландшафтами и культурно-этнографическими особенностями. В Китае популярны природные заповедники провинций Гуандун, Сычуань, Чжэцзян, Цзянсу, Гуйчжоу и др. В осенние каникулы 2021 г. приоритетными стали новые направления: Даньчжоу на Хайнане, Шаньвэй в Гуандуне, Чунцзо в Гуанси и Учжун в Нинся. Число туристов в этих местах удвоилось по сравнению с предыдущим

¹² 黄金周达数据 (Golden Week's Dig Data). Available from: http://news.xhby.net/zt/qzzhrmghgclqsezn/sj/202110/t20211003_7256465.shtml (accessed: 14.07.2022). (In Chinese).

¹³ 究竟称么是健康旅游? 体育健身旅游, 抱紧, 养生旅游 和医疗旅游! What exactly is the health tourism? Sports and fitness tourism, hugging, health tourism and medical tourism! Available from: https://www.sohu.com/a/221174599_545092 (accessed: 04.07.2022). (In Chinese).

¹⁴ 国家体育总局文化和旅游 部关于发布2019 十一黄金周 体育旅游 精品线路 [Announcement of the General Administration of Sports of the People's Republic of China and the Ministry of Culture and Tourism on the 2019 October Golden Week sports tourism's best routes]. Available from: www.mct.gov.cn/whzx/ggtz/201909/t20190926_847064.htm (accessed: 04.08.2022). (In Chinese).



годом, что свидетельствует о росте популярности экотуризма и расширении его географии.

Социологические обследования показывают рост интереса населения к новым форматам отдыха, основным содержанием которого становятся туризм, развлечения, спорт, посещение музеев и выставок, тематических парков, просмотр кинофильмов [9].

Очень популярным видом отдыха в «золотые недели» стал выездной туризм. Его направление расширилось с традиционных стран Тихого и Индийского океанов (Новая Зеландия и Австралия, Япония, Южная Корея, Сингапур, Малайзия, Таиланд) до Европы. После 2004 г. страны Старого света прочно заняли место в предложениях китайских турфирм. Европа быстро перестроилась на потребности китайских гостей, предоставляя услуги разного ценового и культурного уровня [12, с. 84].

Китайские туристы долгое время вызвали негативную реакцию за рубежом, что отражалось на имидже страны в целом. В связи с этим Комитет по духовной культуре Отдела пропаганды ЦК КПК и Государственное управление по делам туризма в 2012 г. разработали правила поведения китайских туристов за рубежом¹⁵.

Консульский департамент МИД предлагает всем выезжающим в турпоездки за границу гражданам ознакомиться с этими правилами и строго их выполнять. Примечательны пункты, предписывающие уделять внимание санитарным нормам и одежде; туристам рекомендовано не шуметь, не разговаривать громко, пропускать женщин вперед, соблюдать порядок в очереди, не допускать порчи гостиничного имущества, не фотографироваться с иностранцами против их воли.

На сайтах китайских загранучреждений правила еще больше конкретизированы: не плевать и не бросать где попало жевательную резинку, не курить в местах для некурящих, не ходить по газонам, не ходить голыми до пояса и др. В «золотые недели» в поездки отправляется около половины населения страны, поэтому аналогичные правила поведения были разработаны и для внутренних туристов¹⁶.

Пандемия внесла коррективы в проведение «золотых недель». В октябрьскую неделю 2020 г. туристические поездки совершили 637 млн. чел. (на 29% меньше, чем в 2019 г.), в 2021 г. – всего 515 млн чел.¹⁷ Доходы экономики упали в 2020 и 2021 гг. соответственно на 30% и 40% по сравнению с предыдущим годом¹⁸. Зато сборы кинотеатров в 2020–2021 гг. побили рекорды

¹⁵ 中国公民出境 旅游文明行为指南 (Guide to Civilized Behavior for the Chinese Citizens in Outbound Travel). Available from: http://www.gov.cn/govweb/fwxx/content_2268014.htm (accessed: 01.07.2022). (In Chinese).

¹⁶ 李瑾. 文明出游, 从学会玩开始 (Li Jin. *Civilized tourism starts with learning how to rest*) – 工人日报 Gongren ribao (Workers' Newspaper). 02.10.2012. (In Chinese).

¹⁷ 专家解读“十一”大数据: 黄金周揭示经济发展基本面 [Experts Interpret the Big Data of the October Week: Golden Week Reveals the Fundamentals of the Economic Development] – <https://www.chinanews.com.cn/cj/2021/10-08/9581356.shtml> (Available 01.07.2022). (In Chinese).

¹⁸ 17张图表揭秘, 国内旅游业全面恢复至少还要3年! (17 charts reveal that it will take at least 3 years for the domestic tourism industry for full recovery). Available from: <http://www.tripvivid.com/deep/36679.html> (accessed: 05.06.2022). (In Chinese).



предыдущих лет. В год 100-летия КПК самым успешным в прокате в октябрьскую «золотую неделю» оказался патриотический фильм о Корейской войне «Битва при Чосинском водохранилище» (长津湖). По прогнозам, восстановление отрасли и «золотых недель» может произойти не ранее чем через три года и будет во многом зависеть от экономической и политической ситуации в Китае и сопредельных странах.

Выводы

Введение «золотых недель» в 1999 г. обосновывалось необходимостью стимулировать внутренний спрос и обеспечить населению полноценный отдых, повысить стандарты жизни населения. Статистика показала, что нововведение быстро дало экономический и социально-культурный результат, повлияло на поведенческие стереотипы китайцев. Традиционно бережливые китайцы, привыкшие копить деньги, стали тратить их на досуг и рекреацию. Потребительские расходы граждан, в том числе в «золотые недели», увеличились с 2000 по 2020 г. больше чем в 7 раз. На образование, культуру и развлечения в 2020 г. каждый китаец в среднем тратил 9,6% своих потребительских расходов (2591,7 ю)¹⁹. Изменилось отношение к незабываемой ранее традиции отмечать Чуньцзе дома – не менее популярным стало встречать его за рубежом, знакомясь одновременно с мировой культурой.

Наряду с позитивными результатами «золотые недели» вскрыли ряд негативных последствий: перегруженность транспорта и дорог, снижение качества работы сферы обслуживания, перенапряжение природной среды, что привело к официальной отмене в 2008 г. майской «золотой недели» и последующим ограничениям на посещение туристических объектов. Публикации в китайских научных журналах и СМИ позволяют сделать вывод, что правительство стремится не только получить экономическую выгоду от увеличения потребления в длительные выходные, но и использовать их для повышения культурно-образовательного уровня населения и улучшения работы сферы обслуживания. Введение «золотых недель» привело к изменению взглядов населения на рекреацию, демонстрирует изменение структуры личных расходов, большее внимание к содержанию досуга и увеличение трат на досуг. Благодаря продолжительным каникулам в «золотые недели» расширилась география как внутреннего, так и выездного туризма. Налицо устойчивая тенденция к переходу китайцев от удовлетворения основных жизненных потребностей к стремлению обогащать свою духовную жизнь и повышать качество жизни.

Литература

1. Джарылгасинова Р. Ш, Крюков М. В. (ред.) *Календарные обычаи и обряды народов Восточной Азии. Годовой цикл*. М.: Наука; 1985. 264 с.
2. Верченко А. Л. *Китайские народные праздники*. М.: Ленком; 2002. 96 с.
3. Маслов А. А. *Наблюдая за китайцами. Скрытые правила поведения*. М.: Рипол-Классик; 2010, 288 с.

¹⁹ 中国统计年鉴 [China Statistic Yearbook 2021]. Электронный ресурс: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsjsj/2021/indexch.htm> (accessed: 10.07.2022) (In Chinese).



4. Верченко А. Л. Китайский Новый год в исторической ретроспективе (XX – начало XXI века). *Проблемы Дальнего Востока*. 2015;50(1):145–153.

5. Иляхин Ю. М. Китай кусочками. СПб: Петербургское востоковедение; 2016. 688 с.

6. Исаева Л. И. *Страна уехала на праздник (Очерки по истории возникновения китайских народных праздников и их описание)*. М.: ИДВ РАН; Изд-во МБА; 2017. 376 с.

7. Веселова Л. С. Формирование среднего класса в Китае. *Россия-Китай: история и культура. Сборник статей и докладов участников XI Международной научно-практической конференции*. Казань: Изд-во АН ТР. 2018:86–90.

8. Ван Минь. Цяньтань хуанцзинь чжоу дэ тяочжэн дуй сюсянь люйю дэ инсян (О влиянии корректировки «золотых недель» на досуговый туризм). *Чжунго синь гао цзишу цие (Китайские высокотехнологичные предприятия)*. 2010;144(9):78–80. (На кит. яз.). <https://doi.org/10.13535/j.cnki.11-4406/n.2010.09.093>.

9. Лю Чжэнь, Ян Юн. Хулянь ван шиюн юй цзятин вэнь люй фэйюн (Использование Интернета и семейные расходы на культуру и туризм). *Люйю сюэкань (Туристический научный журнал)*. 2022;37(2):75–93. (На кит. яз.). <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2022.02.012>.

10. Ван Мэйлин. Хуанцзинь чжоу цуньфэй вэньги юй вого сюсянь фачжань (Проблема существования или отмены «золотых недель» и развитие отдыха в Китае). *Ханьдань сюэюань сюэбао (Вестник Ханьданьского колледжа)*. 2011;21(3):80–82. (На кит. яз.).

11. Ли Синьцзянь. Чжунго чуцзин люйю шичан фачжань бьяньхуа юй цюйши (Изменения и тенденции развития китайского выездного туристического рынка). *Жэньвэнь дили (Антропогеография)*. 2006(3):83–87. (На кит. яз.). <https://doi.org/10.13959/j.issn.1003-2398.2006.03.018>.

Информация об авторе

Верченко Алла Леонидовна – старший научный сотрудник Центра новейшей истории Китая и его отношений с Россией, Институт Китая и современной Азии РАН, Москва, Россия, veailan@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0002-8718-8338>

Ссылки на автора



Раскрытие информации о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Информация о статье

Статья поступила в редакцию 09.08.2022; одобрена рецензентами 25.09.2022; принята к публикации 27.09.2022; опубликована 20.12.2022.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.



Информация о рецензировании

«Ориенталистика» благодарит анонимных рецензентов за их вклад в рецензирование этой работы, а также за согласие на публикацию (размещение) текстов рецензий на сайте журнала и передачу (размещение) в Научную электронную библиотеку (<https://www.elibrary.ru>). Размещенные материалы, исключая персональные данные о рецензентах, являются публичными и доступны пользователям в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

References

1. Dzharlygasinova R. SH., Kryukov M. V. (ed.). Calendar customs and rites of the peoples of East Asia. Year Cycle. Moscow: Nauka; 1985. 264 p. (In Russ.).
2. Verchenko A. L. Chinese Folk Festivals. Moscow: Lenom; 2002. 96 p. (In Russ.).
3. Maslov A. A. Watching the Chinese. Hidden Rules of Behaviour. Moscow: Ripol-Klassic; 2010. 288 p. (In Russ.).
4. Verchenko A. L. Chinese New Year in Historical Perspective (XX – the beginning of the XXI Century). *Problemy Dalnego Vostoka* (Problems of the Far East). 2015;50(1):145–153. (In Russ.).
5. Ilyakhin Yu. M. China in pieces. Saint Petersburg: Peterburgskoye vostokovedeniye; 2016. 688 p. (In Russ.).
6. Isaeva L. I. The Country Left for the Holiday (Essays on the History of the Emergence of Chinese Folk Holidays and their Description). Moscow: Izd-vo MBA; IFES RAS; 2017. 376 p. (In Russ.).
7. Veselova L. S. Emergence of the Middle Class in China. *Russia–China: History and Culture. Collection of Articles and Reports of the Participants of the 11th International Scientific-Practical Conference*. Kazan: Academy of Science of the Tatar Republic; 2018. С. 86–90. (In Russ.).
8. Wang Min. Qian tan huangjin zhou de tiaozheng dui xiuxian lvyou de yingxiang (On the impact of the Golden Week regulation on leisure tourism). *Zhongguo xin gao jishu* (China Hi-Tech Enterprises). 2010;144(9):78–80. (In Chinese). <https://doi.org/10.13535/j.cnki.11-4406/n.2010.09.093>.
9. Liu Zhen, Yang Yong. Hulan wang shiyong yu jiating wen lv xiaofei (Internet Usage and Family's Culture and Tourism Consumption). *Lvyou xuekan* (Tourist Tribune). 2022;37(2):75–93 (In Chinese). <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006-2022.02.012>.
10. Wang Meiling. Huangjin zhou cun fei wenti yu woguo xiuxian fazhan (The Golden Week Survival and Abandonment Problem and China's Leisure Development). *Handan xueyuan xuebao* (Journal of Handan College). 2011;21(3):80–82. (In Chinese).
11. Li Xianjian. Zhongguo chujing lvyou shichang fazhan bianhua yu qushi (Development changes and trends of China's outbound tourism market). *Renwen dili* (Anthropogeography). 2006;21(3):83–87. (In Chinese). <https://orcid.org/10.13959/j.issn.1003-2398.2006.03.018>.



Information about the author

Alla L. Verchenko – Senior Researcher, Center for Contemporary History of China and its Relations with Russia, Institute of China and Contemporary Asia, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia, ✉ veilan@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0002-8718-8338>

Author's Links



Conflicts of Interest Disclosure

The author declares that there is no conflict of interest.

Article info

The article was submitted 09.08.2022; approved after reviewing 25.09.2022; accepted for publication 27.09.2022; published 20.12.2022.

The author has read and approved the final manuscript.

Peer review info

Orientalistica thanks the anonymous reviewers for their contribution to the peer review of this work. It is also grateful for their consent to publish (place) of the review on the journal's website and transfer (place) to the Scientific Electronic Library (<https://www.elibrary.ru>). The posted materials, excluding personal data about the reviewers, are public and freely available on the Internet.