

DOI 10.35775/PSI.2025.123.6.022

УДК 32

ГУАНЬ БОВЭНЬ

аспирант Высшей школы культурной политики
и управления в гуманитарной сфере (факультет)

МГУ им. М.В. Ломоносова,

Россия, г. Москва

E-mail: 1097637378@qq.com

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ КУЛЬТУРЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА И БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ

В условиях глубокой интеграции мировой индустрии культурного туризма и инноваций в области цифровых технологий культурная политика приобретает ключевое значение как стратегический инструмент в конкурентной борьбе за «мягкую силу» между ведущими державами. Китай и Россия, будучи древними историческими цивилизациями, сформировали свои собственные практические пути преобразования культурного наследия в узнаваемые на международном уровне туристические бренды на основе дифференцированных политических рамок. Глубокая интеграция культуры и туризма не только изменила модель регионального развития, но и создала новую парадигму между наследованием цивилизации и экономической трансформацией. Ключевую роль в этом процессе играет разработка национальной культурной политики на высшем уровне: благодаря систематической интеграции разрозненных культурных ресурсов и созданию брендированной системы работы. Такая стратегия способствует повышению глобальной конкурентоспособности национальной туристической индустрии. Практическая деятельность Китая и России в области управления культурой и туризмом демонстрирует важность балансировки между сохранением культурного наследия и современным индустриальным развитием, предлагая ценные уроки для мирового сообщества.

Ключевые слова: Россия, Китай, культурная политика, интеллектуальная собственность, туризм.

В условиях двух волн – глобализации и цифровизации – культурная политика, как стратегический инструмент национальной конкуренции за «мягкую силу», меняет развитие туризма и экологию региональных брендов. Опираясь на систему интеграции культуры и туризма, созданную в рамках инициативы «Один пояс, один путь», Китай превратил свое культурное наследие, например фрески Дуньхуана и сады Сучжоу, в глобально распространяемые права интеллектуальной собственности в сфере туризма, и создал больше возможностей для эффективного распространения традиционной культуры с помощью

комбинации науки и техники со своей культурой [11. С. 73-75]. Подобная интеграция не только реконструирует индустриальную форму, но и становится важным практическим носителем национальной культурной стратегии. На уровне технологических возможностей технологии виртуальной реальности (VR), дополненной реальности (AR), метавселенные и другие инновационные средства преодолевают ограничения физического пространства, реконструируя современную интерпретацию культурного наследия через иммерсивный опыт и вливая цифровую кинетическую энергию в региональное экономическое развитие.

В этом процессе Китай взял туристическую интеллектуальную собственность (ИС) в качестве основного центра преобразования культурных ресурсов и превратил культурное наследие и региональные особенности в туристические продукты с премиальными брендами посредством символических повествований, сценарного опыта и индустриальных операций [8. С. 170-172]. Суть этого процесса заключается в преобразовании культурного капитала в идентифицируемые, коммуникабельные и добавляющие стоимость туристические активы путем систематического развития, чтобы создать конкурентное преимущество для дифференциации дестинации. Такая трансформация стоимости зависит от синергии политики в рамках национальных стратегий, а также требует инновационных практик под руководством рыночных механизмов, что в конечном итоге формирует двусторонний путь расширения возможностей между укреплением культурной самобытности и повышением промышленной стоимости. Культурная политика Китая в последние годы характеризуется «системной интеграцией, расширением цифровых возможностей и трансформацией ИС». Введение в 2019 году политики «Мнение о дальнейшем стимулировании потребительского потенциала культуры и туризма» [9. С. 93-95] и утверждение в 2022 году Четырнадцатого пятилетнего плана развития туризма установило общий подход для «формирование туризма с помощью культуры и выделение культуры с помощью туризма» [2. С. 130-132]. Направление политики требует творческого преобразования прекрасной традиционной китайской культуры и создания канала ценностной связи между культурным наследием и современным потребительским рынком, и инновационная практика лицензирования ИС Запретного города достигла очень хороших результатов в развитии культурной и творческой продукции. Например, шелковые платки, выпущенные Запретным городом, вдохновлены знаменитой китайской картиной «Тысяча миль рек и гор», которые воссоздают текстуру древней картины с помощью современных технологий печати, так что каждое изделие становится носимым культурным символом. В 2017 году общий годовой доход Запретного города от продажи культурной и творческой продукции превысил 1,5 миллиарда юаней [5. С. 34-35]. Этот прорыв знаменует собой новый этап в творческой трансформации культурного наследия Китая, который не только подтверждает признание традиционной культуры среди молодого поколения, но и отражает исторический скачок от статичной защиты к динамичной трансформации ценности культурного наследия под влиянием науки и техники. Модель устойчивого развития, в которой

культурная ценность и коммерческая стоимость взаимно усиливаются, нашла воплощение в «культурно-творческом буме» Дворца-музея. Творческие продукты музея играют связующую роль, помогая общественности лучше понимать и запоминать исторические и культурные ценности артефактов. Благодаря различным методам цифрового распространения, история и культура Дворца-музея оказываются ближе к обществу [13. С. 16-167, 170].

В 2019 году Национальный дворец-музей запустил «Цифровую библиотеку культурных реликвий», чтобы сделать изображения культурных артефактов в высоком разрешении доступными для общественности и интернета. За последние несколько лет коллекция библиотеки значительно выросла, и сегодня она насчитывает более 100 000 исторических реликвий. Пользователи могут осуществлять поиск по названию, эпохе, авторству и даже цвету интересующих их реликвий. С момента запуска Библиотеку цифрового наследия просмотрели более 33 миллионов раз, что свидетельствует о высокой заинтересованности общества в доступе к культурному наследию. Благодаря этому проекту, Дворец-музей смог существенно расширить распространение традиционного культурного наследия, используя цифровые технологии для удовлетворения потребностей людей в оценке, изучении и исследовании артефактов. Дворцовый музей полностью полагается на цифровые технологии, чтобы расширить распространение культурного наследия и помочь передать традиционную культуру [1. С. 49-51].

Строительство в Китае Культурного пояса Великого канала демонстрирует преимущества межрегионального синергетического развития в рамках культурной политики. Совместная оценка Национальной комиссии по развитию и реформам и Министерства культуры и туризма показала, что к третьему кварталу 2023 года восемь провинций и муниципалитетов, расположенных вдоль Большого канала, получили совокупный доход от культуры и туризма в размере 480 миллиардов юаней благодаря трехмерной модели развития «культура + экология + туризм». Это подтверждает стратегическую ценность межрегиональной интеграции ресурсов. Такая интеграция не только отражается в экономических показателях, но и создает инновационную парадигму для защиты и адаптивного использования культурного наследия.

Особого внимания заслуживает инновационная практика Янчжоуского музея Большого китайского канала. В 2023 Музей обеспечил быстрый рост числа туристических запросов и увеличение доли молодых посетителей Янчжоуского участка Большого китайского канала, внедрив его в игровой сценарий [12. С. 110-112]. Музей разработал цифровое повествование об истории канала, которое изменило традиционный подход к коммуникации культурного наследия. История канала была представлена в формате игрового опыта, что позволило молодым пользователям исследовать ее через интерактивные виртуальные исследования. Такой подход способствует формированию культурной идентичности у новой аудитории, делая культурное наследие более доступным и интересным для молодежи. В том же году лимитированный чайный напиток

«Четыре сезона канала», выпущенный под совместным брендом с маркой чайного напитка, установил новый рекорд продаж культурных и творческих продуктов в регионе: в первый день продажи превысили 12 000 чашек. Такое слияние «символов культурного наследия + потребительские сценарии» не только реализует ежедневное проникновение культурных элементов, но и обеспечивает устойчивую финансовую поддержку деятельности музея через механизм коммерческой обратной связи, формируя благотворный цикл «защита – развитие – обратная связь». Согласно статистике, 32% геймеров выразили желание посетить Янчжоуский участок канала лично [10. С. 66-68]. Потребители, купившие кобрендовый чайный напиток, также отметили, что он углубил их знания о культуре канала. Это синергетический эффект между культурной ИС и коммерческими брендами: как культурное наследие может добавлять культурную ценность в коммерческие бренды, а коммерческие каналы расширять потребление для распространения культуры, в конечном счете формируя двойную силу укрепления культурной идентичности и повышения промышленной ценности.

Историческая реконструкция – это процесс переосмысления, интеграции и активации исторического наследия для построения системы культурного повествования, отвечающей потребностям современного общества. Это не просто историческая реставрация, а скорее выборочное укрепление или переформулирование определенных исторических событий и образов, основанных на национальной идентичности, культурном наследии или идеологии, с целью придания им нового смысла в современном контексте. Процесс исторической реконструкции часто осуществляется через культурную политику, образовательные программы, общественные мемориальные мероприятия и проекты культурного туризма, направленные на формирование общественного консенсуса посредством исторических повествований, повышение национальной гордости или достижение национальных стратегических целей [4].

На фоне глобализации и сложной геополитики Россия стремится к планомерному выстраиванию культурной политики, направленной на повышение гражданской идентичности, укрепление национального единства и утверждение своих культурных позиций на международной арене. Для российской системы культурной политики характерна своеобразная «историческая реконструкция», основной целью которой является сохранение культурного наследия и поддержание национальной культурной идентичности. Этот процесс охватывает все уровни – от разработки государственной политики до практической реализации на местах.

Начиная с Основ государственной культурной политики 2014 года и заканчивая Стратегией государственной культурной политики до 2030 года, утвержденной в 2024 году, сохранение культурной идентичности остается приоритетным направлением [6]. Через систематическую компиляцию и современную трансформацию исторического наследия всех периодов российской истории ставится цель выстроить целостный и устойчивый культурный нарратив, способный противостоять внешним культурным вызовам, особенно в культурной

и когнитивной сферах. Главная задача – создать такой нарратив, который обеспечит устойчивость и позволит успешно справляться с внешними культурными шоками.

Богатое историко-культурное наследие России служит важной основой для реализации культурной политики. Культурное наследие – это не только свидетельство истории, но и ценный ресурс для формирования национального духа, воспитания патриотизма и содействия экономическому развитию [14].

В 2012 году президент России Владимир Путин поручил Министерству культуры разработать и реализовать туристический проект, направленный на органичное объединение культурно-исторических центров на северо-западе России. Это решение является отражением того, что культурное наследие России является краеугольным камнем для развития индустрии туризма и реализации культурной стратегии страны. В этом контексте родился межрегиональный историко-культурный и туристический проект «Серебряное ожерелье России». Проект «Серебряное ожерелье России» имеет уникальное географическое и культурное измерение [3]. В отличие от Золотого кольца России, охватывающего в основном города Владимиро-Суздальской Руси, в Серебряное ожерелье России входят в основном города Новгородской земли. На начало 2019 года в «Серебряное ожерелье России» входят все 11 субъектов федерации, входящие в Северо-Западный федеральный округ: Санкт-Петербург, Ленинградская, Архангельская, Псковская, Новгородская, Калининградская, Вологодская, Мурманская области, республики Карелия и Коми, Ненецкий автономный округ. Интегрируя богатые исторические и культурные ресурсы региона, проект сформировал туристическую сеть, демонстрирующую уникальные исторические и культурные достопримечательности России и соединяющую многочисленные древние города и природные ландшафты. В этих городах сохранилось множество архитектурных, художественных и культурных традиций, начиная со средневековья, например, средневековые комплексы в Новгороде и Пскове, которые свидетельствуют о великолепии Киевской Руси и являются важными символами культурных корней России. Благодаря реставрации и охране этих исторических объектов проект «Серебряное ожерелье России» наглядно воссоздает культурный ландшафт Киевской Руси, позволяя туристам совершить путешествие во времени и пространстве и лично ощутить богатство многовековой истории России. Что касается режима работы проекта, то «Серебряное ожерелье России» использует синергетический режим «государственное управление + коммерческая деятельность», в полной мере используя соответствующие преимущества государства и рынка. Государство играет ключевую роль в руководстве и поддержке проекта. В 2023 году сообщалось, что проект «Серебряное ожерелье России» вошел в перечень федеральных достижений страны и находится на платформе «Россия – страна достижений».

Помимо проекта «Серебряное ожерелье России», в России активно создаются и другие туристические проекты с культурными особенностями, такие как «Великий чайный путь» и «Великий Волжский путь».

«Великий чайный путь» – это международный туристический проект с глубокой историей, который реализуется с 1992 года при поддержке трех организаций из России, Монголии и Китая [7]. Проект берет свое начало от возникшего в начале XVIII века торгового маршрута «Великий чайный путь», который был не только каналом для циркуляции товаров, но и мостом для культурного обмена, свидетельством тесного экономического, культурного и дипломатического обмена между странами и регионами, расположенными вдоль маршрута. Путешествуя по этому маршруту, туристы могут получить глубокое представление об уникальных культурных традициях каждого региона, почувствовать смешение и столкновение различных национальных культур. Российская часть проекта охватывает ряд регионов, таких как Амурская и Вологодская области, которые представляют посетителям красочную историческую и культурную картину, рассказывая об истории чайной торговли, историях купцов и меценатов, развитии дипломатических отношений и культурном колорите различных этнических групп [7].

«Великий Волжский путь» также является жемчужиной российской туристической индустрии. Запущенный осенью 2017 года, проект расположен в районе Волжского торгового пути в северной части исторического Великого шелкового пути, проходящего по территории современного Приволжского федерального округа. Проект стартовал с 4 маршрутов, а к середине 2021 года будет расширен до более чем 20 маршрутов, соединяющих 14 субъектов Приволжского федерального округа, 5 городов-миллионников, 7 международных аэропортов, 3 объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО и 5 федеральных курортов. Проект запущен осенью 2017 года с четырех маршрутов, к середине 2021 года насчитывал больше 20 маршрутов, объединяющих 14 субъектов ПФО, 5 городов-миллионников, 7 международных аэропортов, 3 объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО и 5 курортов федерального значения. «Великий Волжский путь» призван дать отечественным и зарубежным туристам всестороннее представление об уникальных культурных и природных ландшафтах Поволжья, а также о его богатых этнических традициях и гастрономической культуре. Благодаря развитию разнообразных межрегиональных маршрутов и органичной интеграции особых туристических ресурсов городов, расположенных вдоль маршрута, он предоставляет туристам разнообразные варианты путешествий и позволяет глубже прочувствовать очарование Поволжья. Успешное создание этих туристических проектов в полной мере отражает далеко идущее влияние культурной политики России на развитие туристической отрасли. Культурная политика определила направление развития индустрии туризма, в основе которого лежит культура, через охрану и наследование историко-культурного наследия, разработку туристских продуктов с культурным подтекстом и повышение культурной добавленной стоимости индустрии туризма. Индустрия туризма, являясь важным носителем распространения культуры, в свою очередь способствует наследованию и развитию российской культуры и укрепляет «мягкую силу» и международное влияние страны. Благодаря привлечению туристов из страны и из-за рубежа история

и культура России распространяются все шире, что еще больше укрепляет ее позиции на мировой культурной карте.

В эпоху переплетения глобализации и цифровизации национальная культурная политика стала основным двигателем высококачественного развития туризма и интернационализации региональных брендов. Благодаря дифференцированной политике Китай и Россия превратили культурное наследие в глобально конкурентоспособные туристические активы, обеспечив восточную мудрость и евразийский опыт для мирового управления культурным туризмом. Китай построил замкнутую систему «охрана культурного наследия – инновации в области цифровых технологий – обратная связь по коммерческой стоимости», особенностью которой является «системная интеграция + расширение цифровых возможностей»; Россия, с другой стороны, опирается на стратегию «реконструкции истории» для достижения двух целей – укрепления культурной самобытности и экономического роста туризма – с помощью таких межрегиональных проектов, как «Серебряное ожерелье России». Практика двух стран доказала, что культурное наследие можно превратить в туристический бренд, который можно испытать, распространить и придать ему дополнительную ценность с помощью синергии политики, активизации рынка и расширения технологических возможностей. В игре культурного суверенитета и промышленных интересов эта политическая мудрость не только обеспечивает устойчивое решение проблемы наследия цивилизации, но и придает новый импульс трансформации глобальной индустрии культурного туризма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. **Дэн Цзянь.** Исследование практики цифровой коммуникации и коммуникационной стратегии музеев: на примере Дворцового музея [J] // Новости и культурное строительство. 2024. № 21.
2. **Ин Йе.** Этические аспекты культурных и творческих продуктов шелководства в культурном и творческом дизайне с точки зрения этики дизайнера [J] // Культурная индустрия. 2022 № 25.
3. **Исаченко Т.Е., Постникова Е.А.** Географический подход при создании бренда региона и проектировании туристических кластеров // Вестник СПбГУ. Науки о Земле. 2015. № 4.
4. **Кошин И.И., Кошина О.В.** Развитие исторической реконструкции как составляющей культурно-познавательного туризма // Огарев-Online. 2021. № 4 (157).
5. **Оу Фэн.** Разрешение на использование общей модели S2B для создания «новой платформы розничных услуг для продуктов интеллектуальной собственности» [J] // Чуангебан. 2019. № 4.
6. Распоряжение Правительства РФ от 29.02.2016 № 326-р (ред. от 30.03.2018) «Об утверждении Стратегии государственной культурной политики на период

до 2030 года» // КонсультантПлюс // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194820/f6adfd17b3f90275dca3f42b5bb42c920d74f0a5.

7. Санжеев Э.Д., Осодоев П.В. Особенности интеграционных процессов в сфере туризма в регионах великого чайного пути // Московский экономический журнал. 2020. № 9.
8. Сюй Чэнь. Исследование дизайна туристических культурных и креативных продуктов, основанное на концепции интеллектуальной собственности в сфере туризма // Искусство и технологии. 2022. № 35 (14).
9. У Синью. Анализ применения брендингового мышления в культурном и креативном дизайне [J] // Исследование художественного образования. 2022. № 22.
10. Хуан Тин, Чжан Чуньмин. Исследование путей развития культурных и творческих продуктов Гранд-канала с точки зрения служения обществу [J] // Тяньгун. 2025. № 1.
11. Цзун Шаогэ, Лю Цзыцзянь. Исследование цифрового пути развития традиционной культуры вдоль Шелкового пути: на примере плана Дуньхуана «Цифровой покровитель» [J] // Издательский широкий угол. 2019. № 23.
12. Цзян Сюй, Ян Сюэюй. Функциональный игровой дизайн культуры Большого канала в Пекине [J] // Научно-техническая коммуникация. 2022. № 14 (15).
13. Чжэн Синьи. Исследование символического дизайна и коммуникации культурного творения Дворцового музея в цифровую эпоху [J] // Искусствоведение. 2024. № 37 (2).
14. Шаймарданова Л.Н., Шакирова Э.Ш. Изучение культурного наследия как средство воспитания патриотизма // Казанский вестник молодых ученых. 2022. № 5.

GUAN BOWEN

Postgraduate, Higher School of Cultural Policy and Management in the Humanities (Faculty), Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

STATE POLICY IN THE FIELD OF CULTURE AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF NATIONAL TOURISM AND BRANDING OF TERRITORIES

With the deep integration of the global cultural tourism industry and digital innovation, cultural policy has become one of the main strategic tools in the competition for «soft power» between major powers. China and Russia, as ancient historical civilizations, have formed their own practical ways to transform cultural heritage into internationally recognizable tourism brands based on differentiated policy frameworks. The deep integration of culture and tourism

has not only changed the pattern of regional development, but also created a new paradigm between civilization inheritance and economic transformation. The development of national cultural policies at the highest level plays a key role in this process: through the systematic integration of disparate cultural resources and the establishment of a branded work system, the global competitiveness of the national tourism industry will eventually be enhanced. As representative countries with rich cultural heritage, the policy practices of China and Russia are important models for global culture and tourism management, and their experiences are instructive for combining cultural preservation with industrial development and balancing traditional heritage and modern innovation.

Key words: Russia, China, cultural policy, intellectual property, tourism.