

КИТАЙСКИЙ ДРАКОН В ЛИЦАХ: ВЗГЛЯД НА ТУРИЗМ ИЗ КНР ИЗНУТРИ ПРОФЕССИИ

THE MANY FACES OF CHINESE DRAGON: AN INSIDER'S GUIDE TO CHINESE TOURISM



© 2020 **Мария Игоревна Федотова**

Независимый исследователь, гид-переводчик с испанским и английским языком (Московская Ассоциация гидов-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров); Москва, Россия; maria.fedotova@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0122-2225>

Maria I. Fedotova

Independent scholar, tourist guide and interpreter with Spanish and English (Moscow Guides Association); Moscow, Russia; maria.fedotova@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0122-2225>

В статье представлен ретроспективный анализ развития китайского туризма в Российской Федерации за последние годы. Выделены основные проблемы и сложности, возникающие по мере роста туристического потока, а также анализируются причины указанных проблем, их возможные решения и дальнейшие перспективы. Помимо этого, предпринята попытка составить примерный портрет китайского туриста, приезжающего в Россию, понять его отличительные черты и ожидания. Среди прочего в статье используется информация, полученная в процессе интервьюирования гидов-переводчиков, работающих с китайским языком в Москве и Санкт-Петербурге.

Ключевые слова: туризм, китайский туризм в России, хэйдао, имидж России, криминальные структуры, федеральный закон о туризме, лицензированные гиды-переводчики, государственные границы

Для цитирования: Федотова М. И. Китайский дракон в лицах: взгляд на туризм из КНР изнутри профессии. *Восточный курьер / Oriental Courier*. 2020. № 3–4. С. 184–205. DOI: 10.18254/S268684310012451-4

The article presents a retrospective analysis of how Chinese tourism to Russia develops in recent years. It highlights the main problems and challenges that arise as the tourist flow grows,



suggests possible solutions and draws further prospects. In addition, an attempt is made to have a clear picture of Chinese tourists who come to Russia, to understand their distinctive character and expectations. Among other sources of information, the article uses interviews with Chinese-speaking guides-interpreters who work in Moscow and St. Petersburg.

Key words: tourism, Chinese tourism in Russia, heidao, image of Russia, organized crime, federal tourism law, licensed tourist guides, country borders

For citation: Maria I. Fedotova. The Many Faces of Chinese Dragon: An Insider's Guide to Chinese Tourism. *Vostochnyi Kurier / Oriental Courier*. 2020. No. 3–4. Pp. 184–205. DOI: 10.18254/S268684310012451-4

Международный туризм и формирующаяся вокруг него индустрия сервиса и гостеприимства еще несколько десятилетий назад превратились в массовое явление и для многих стран — в существенный источник национального дохода. Помимо экономических соображений очевидно, что туризм также оказывает влияние на внешнюю политику и на имидж страны. Можно сказать, что в настоящее время туризм становится своего рода социокультурной площадкой, взаимодействие на которой может способство-

вать как развитию, так и обострению отношений между странами, народами и культурами.

В силу известных исторических причин («железный занавес»), в СССР массовый международный туризм, как въездной, так и выездной, был невозможен, а попадавшие в страну редкие гости жестко контролировались в передвижениях и контактах и чаще всего не имели возможности самостоятельно выбирать маршруты или свободно общаться с местным населением. Поэтому огромные туристические потоки



Илл. 1. Обязательное фото с Храмом Василия Блаженного в Москве. Фото © Shutterstock



все еще представляют для нашей страны нечто сравнительно новое, их увеличение продолжает ставить задачи и обнажать проблемы — как в разрезе правового регулирования, так и в плане качества и доступности сервиса в индустрии гостеприимства (Илл. 1, 2). Немаловажно и восприятие прибывающих гостей гражданами страны, в особенности если первые демонстрируют явные культурные и поведенческие отличия.

В последние несколько лет в структуре въездного туризма Российской Федерации происходят по большей части не количественные, а географические изменения. По статистике Ростуризма, абсолютная цифра колеблется в 2016–2019 гг. на уровне 24,5 миллионов человек в год¹, но следует принять во внимание некоторое искажение: в результате особенностей методики подсчета в эту статистику попадают и приезжие из стран СНГ, имеющие в России семейные, рабочие и деловые связи. Однако анализируя цифры по другим странам, можно наблюдать, как происходит увеличение количества туристов из Латинской и Южной Америки, как прибывают гости из стран Юго-Восточной Азии, ранее массово не ездившие в Россию. И наиболее заметны и впечатляют, конечно, цифры китайского туризма. Общее количество поездок граждан КНР составило 1,29 млн в 2016 г., 1,48 млн в 2017 г., 1,69 млн в 2018 г. и 1,88 млн в 2019 г. То есть, ежегодно туристический поток прирастает в среднем на 200 тысяч человек, а по сравнению с 2012 годом вырос в пять раз.

Данные статистики могут сильно варьироваться в зависимости от источника, поскольку используется разная методология подсчета (например, Всемирная Туристская Организация учитывает любые выезды из страны, кроме тех, когда человек имеет рабочий контракт в другом государстве, тогда как статистика внутри некоторых стран зачастую более точно отделяет туризм от прочих поездок). Поскольку настоящая статья ставит целью общий анализ китайского туризма и его особенностей, цифры играют скорее вспомогательную роль для формирования общего представления о ситуации. Констатируем, что данные самых разных организаций совпадают в том, что Китай, уже некоторое время лидирующий по числу международных выездов, на конец 2019 г. вышел на первое место в мире по тратам граждан в туристических поездках. В 2019 г. китайские туристы потратили 254 миллиарда долларов² на приблизительно 166 миллионов поездок³, то есть, в среднем 1530 USD за поездку, а в 2018 г. было потрачено 130 млрд долларов на 149 миллионов заграничных поездок, то есть, в среднем 872 USD за поездку⁴. Интересно, что Всемирная Туристская организация демонстрирует аналогичную цифру по числу поездок граждан КНР в 2018 г., но дает гораздо более высокую цифру трат (277 млрд долларов), что дает нам в среднем 1860 USD, потраченных за поездку⁵.

Если рассматривать географические предпочтения китайских туристов, то львиная доля

- 1 Выборочная статистическая информация, рассчитанная в соответствии с официальной методологией оценки числа въездных и выездных туристских поездок. Федеральное агентство по туризму. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/vyborochnaya-statisticheskaya-informatsiya-rasschitannaya-v-sootvetstvii-s-ofitsialnoy-statisticheskoy-metodologiyey-otsenki-chisla-vezdnykh-i-vyezdnykh-turistskikh-poezdok/> (дата обращения: 20.10.2020).
- 2 Selected Statistics on Tourist Expenses. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/273127/countries-with-the-highest-expenditure-in-international-tourism/> (дата обращения: 20.10.2020).
- 3 Selected Statistics on Chinese Tourism. TravelChinaGuide. URL: <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2019statistics/> (дата обращения: 20.10.2020).
- 4 Annual Report on China Outbound Tourism Development 2019. Chinese Tourism Academy. URL: <https://dragontrail.com/resources/blog/cta-annual-report-on-china-outbound-tourism-development-2019> (дата обращения: 20.10.2020).
- 5 Selected Statistics on Outbound Tourism. World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/country-profile-outbound-tourism> (дата обращения: 20.10.2020).



поездок приходится на страны Азии и АТР, в разные годы составляя от 50 % до 90 % общего туристического потока⁶. В 2019 г. лидерами по посещению туристами из КНР стали Япония и Таиланд, традиционно популярны также Корея, Макао, Гонконг, Сингапур и Тайвань, что объясняется схожей культурной средой и присутствием китайского бизнес-сектора. Что касается стран Европы и Америки, здесь для предпочтений китайцев характерно непостоянство, однако в последние годы особой популярностью пользуются Франция и Италия, в первом квартале 2019 г., к примеру, они по статистике посещений китайцами обогнали США и даже некоторые страны АТР (Гонконг, Сингапур, Австралию и Тайвань).

Россия пока не входит даже в первую двадцатку стран, посещаемых гражданами КНР, однако туристический поток неуклонно возрастает и любая сумма от 872 до 1860 долларов, потраченная за время поездки, будучи умножена на 1,88 млн (число поездок в 2019 г.), представляется отличным вкладом в бюджет страны. То есть, статистика китайского туризма в России вроде бы внушает оптимизм — как с экономической точки зрения, в плане пополнения российского бюджета и развития отрасли гостеприимства, так и в разрезе культурного обмена, потенциального роста взаимопонимания и сотрудничества между двумя странами; в особенности в свете «поворота на Восток» и признания партнерства с КНР стратегическим. Высокопоставленные российские чиновники от туризма регулярно с гордостью рапортуют о впечатляющих цифрах китайских туристических потоков, однако никто всерьез не задается задачей посчитать, что в реальности получает от них бюджет страны, и в целом проанализировать это явление, в том числе многочисленные недостатки и нарушения, хорошо видные инсайдерам отрасли.

Для наиболее полного понимания сложившейся картины автор провела интервью

с гидами-переводчиками китайского языка, членами Московской Ассоциации гидов-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров и Санкт-Петербургской Ассоциации гидов-переводчиков китайского языка, многие из которых являются также и научными работниками: так, в 2017 г. в Санкт-Петербурге была основана «Лаборатория изучения китайского туризма», частное научно-исследовательское учреждение⁷. В статье будут приведены отрывки из беседы с основателями этой организации.

КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ (или «Кто виноват?»)

Итак, рассмотрим, как выглядит китайский туризм в России с точки зрения инсайдеров. Как отмечает Елена Бреус, московский гид-переводчик и кандидат исторических наук, с ростом турпотока растет и миграционная волна из КНР, то есть возрастает количество граждан этой страны, задействованных в сфере обслуживания туристов-соотечественников в предприятиях питания, размещения и сопровождения на территории РФ [Бреус, 2018]. К сожалению, в подавляющем большинстве случаев в рамках турбизнеса в страну проникают и **околокриминальные структуры**, действующие агрессивно и с целью извлечения краткосрочной максимальной прибыли, зачастую нарушая российское законодательство и не платя налогов (корни и суть этого явления рассмотрены в [Александрова, Зайцева, Заклязьминская, 2018]). Один из самых простых способов получения прибыли — навязывание небольшим российским фирмам, занятым в сфере гостеприимства, неравноправных условий и побуждение их работать в долг с обещаниями будущих фантастических доходов, что уже привело к банкротству многих из них. Второй, все более популярный метод — создание турфирм, выступающих «ширмой» для китайского бизнеса, когда генеральным дирек-

6 Selected Statistics on Chinese Tourism. *TravelChinaGuide*. URL: <https://www.travelchinaguide.com/tourism/2019statistics/> (дата обращения: 20.10.2020).

7 *Лаборатория изучения китайского туризма*. URL: <https://t.me/chinesetourism> (дата обращения: 20.10.2020).



тором и главным бухгалтером выступают лица с российским гражданством, а на деле капиталом полностью владеют граждане КНР. Тем временем в России строятся или покупаются гостиницы, формируются транспортные компании, работают рестораны без вывески и специальные сувенирные магазины — все это принадлежит китайцам и предназначено только для обслуживания китайских туристов, о качестве которого мы поговорим подробнее.

Чтобы разобраться в сложившейся ситуации, имеет смысл совершить небольшой **исторический экскурс**. В СССР въездным туризмом занимались государственные организации «Интурист» и «Спутник»; стандарты обслуживания поддерживались на самом высоком уровне. Группу иностранных туристов непременно сопровождал квалифицированный гид, как правило, сотрудник Интуриста — либо сам принадлежавший к кадрам лучших советских языковых ВУЗов и НИИ и говоривший по-китайски, либо работавший в связке с переводчиком. Переход к рыночной экономике был резким, и отрасль во многом оказалась не готова к новым тенденциям и требованиям. Теневые китайские структуры возникли в России еще в девяностых, на почве экономической и политической нестабильности; зачастую они были одновременно заняты как туризмом, так и легендарными вещевыми рынками, через которые в те времена успешно проходили и вывозились из страны огромные денежные суммы. Однако в туристической области такие нелегальные турфирмы были вынуждены привлекать к работе российских профессиональных гидов-переводчиков, а значит, существовал элемент контроля.

В 2000 г. правительства РФ и КНР подписали некоторым образом роковое «Соглашение о безвизовых групповых туристических поездках», после чего количество как нелегальных китайских турфирм, так и тех, что формально

используют российский фасад, стало стремительно расти, что привело к почти катастрофической ситуации. На конец 2019 г. только официальный список российских туристических организаций, имеющих право осуществлять деятельность в рамках Соглашения, содержит 443 наименования⁸. Приходится с сожалением констатировать, что подписание этого документа было пролоббировано определенной группой турфирм, которые не будут здесь названы по этическим и профессиональным соображениям, а также, несомненно, под влиянием китайской стороны и при попустительстве ряда чиновников, решавших собственные имиджевые или коррупционные задачи и вряд ли представлявших эффект, который возымеет новое соглашение на деятельность туристической отрасли. В данной ситуации никто не думал ни о создании новых рабочих мест для россиян, ни об обеспечении будущих туристов достойной транспортной, отельной и сервисной инфраструктурой.

В результате на туристическом рынке в последние десять лет процветает «**торговля списками**». Аккредитованная турфирма в России оформляет список туристов для безвизового въезда, получает за каждую «голову» порядка 20–25 долларов — и далее полностью отдает процесс в руки китайской стороны, никак не вмешиваясь и ничего не контролируя. Как отмечает директор «Лаборатории изучения китайского туризма» петербургский гид-переводчик с многолетним стажем **Полина Рысакова**, продукт, продаваемый китайскому туристу, не формируется российской стороной, не реализуется и не контролируется ею. По словам Председателя Санкт-Петербургской Ассоциации гидов-переводчиков китайского языка **Виктории Баргачевой**, также гида-переводчика с многолетним стажем, в 2019 г. 80 % всех китайских туристов прибывали в составе организованных групп по

8 «Список российских туристических организаций, имеющих право осуществлять деятельность в рамках реализации Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках от 29 февраля 2000 г.». *Федеральное агентство по туризму*. URL: www.russiatourism.ru (дата обращения: 20.10.2020).



тем самым безвизовым спискам, и абсолютное большинство обслуживалось здесь китайскими фирмами под российским прикрытием.

ЧЕРНЫЕ ГИДЫ И ДЕМПИНГ

Ключевую роль в описанном «закрытом цикле обслуживания» играют нелегальные китайские гиды-сопровождающие, известные как *хэйдао* («черные гиды»), заслужившие мрачную репутацию среди работников туризма в России (Илл. 3).

Туристический продукт формируется и позиционируется китайской стороной, и ключевым приемом для заманивания туриста становится демпинг. Например, опять же цитируя В. Баргачеву, в 2019 г. тур в Россию на 9–10 дней в стиле «все включено» (авиаперелет, питание и проживание, ряд экскурсий) предлагался в среднем за 2500–4500 юаней, то есть 25–45 тысяч рублей. Разумеется, эта цена не покрывает даже себестоимость поездки. Поэтому по прибытии в Россию туриста всеми способами провоцируют, а порой и принуждают к дополнительным тратам: чтобы организаторы могли получить хотя бы минимальную выгоду, каждый приезжий должен дополнительно потратить не менее 5000 юаней (50 тысяч рублей), что превышает изначальную стоимость тура. В самой схеме дополнительных продаж экскурсий или сувениров нет ничего криминального, эта практика распространена во всем мире, но здесь получается, что туриста изначально завлекают в обманно дешевый тур, а уже во время путешествия «разводят» на дополнительные траты.

Вот пример: турист приезжает в Россию, думая, что посещение ключевых музеев — Эрмитажа, Московского Кремля или Царского села — включено в стоимость тура, а на деле оказывается, что он вынужден их оплачивать отдельно; не приобрести экскурсию нельзя, так как отдельного существования вне группы для него в России не предусмотрено. Помимо экскурсий туристов бесконечно склоняют к покупке разного рода сувениров. За тем, чтобы никто не мог уклониться от этой схемы, неотступно следят те самые

Илл. 2. «Дорога длинной в тысячу ли». Китайские туристы в Троице-Сергиевой Лавре. Фото © автора





Илл. 3. *Хэйдао* ведет группу по площади Революции в Москве
Фото © Shutterstock

«черные гиды». Чаще всего это молодые люди, иногда студенты, на каком-то уровне знающие русский и/или английский языки. Им проводят скоростное обучение специальные организации, и вход в профессию для них платный, по разным данным, от 5 до 10 тысяч долларов — этот залог возвращается (а чаще не возвращается) в конце сезона, в зависимости от того, сколько потратят туристы, и не будет ли других нареканий. Помимо основного залога может требоваться предварительный выкуп группы, по числу человек (по словам В. Баргачевой, порядка 25 долларов за каждого туриста). Если туристы покупают меньше требуемой суммы, «такса» возрастает, гид оказывается в долгу у фирмы, и по итогам сезона, а иногда и одного заезда, не получает никакой оплаты, равно как и внесенного залога. На место разорившихся *хэйдао* не составляет труда найти новых желающих.

В [Александрова, Зайцева, Заклязьминская, 2018] подробно перечислены нарушаемые *хэйдао* статьи российского законодательства: их работодатели не имеют специальных разрешений для найма иностранных работников в РФ, у них нет ни лицензий, ни патентов на работу, они оказывают услуги без договора найма либо образования ИП, а значит, не платят никаких налогов и сборов, они не являются гражданами

РФ и уж точно не имеют соответствующего образования для грамотного ведения экскурсий. Помимо прочего они работают «передвижными банками»: поменять юани в России не так просто, поэтому обмен валюты совершается нелегально и проходит через руки *хэйдао*. Они «ведут экскурсии», нарушая все возможные правила, даже в самых серьезных музеях, включая Московский Кремль, где теоретически имеют право работать только экскурсоводы самого музея либо аккредитованные гиды-переводчики из Московской Ассоциации. На деле в большинстве случаев российский гид с лицензией просто сопровождает группу, а рассказ ведет *хэйдао*; и вещает самые фантастические или даже опасные вещи — ниже мы рассмотрим некоторые мифы, выслушиваемые китайскими туристами, находящимися в полном информационном плену сопровождающего.

ЖЕЛТАЯ РЕКА НАЙДЕТ БРЕШЬ ТУРИЗМ КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЫЧАГ

Руководство музеев, весьма строгое к гидам-россиянам, закрывает глаза и на нарушения *хэйдао*, и на безобразное поведение самих групп. Как будто важность стратегического партнерства России с Китаем негласно распространяет-



ся на все сферы, мешая замечать возникающие «мелкие» проблемы. Между тем, гиды-китаисты цитируют пророческую поговорку «желтая река найдет брешь»: где пройдет один китаец, пройдут и тысячи, малейшее послабление будет использовано в интересах китайской стороны, а уступки воспримут как слабость. Пытающихся сделать быстрые деньги, ведя бизнес с Китаем (в особенности с теневыми структурами), неизбежно ждет жестокое разочарование.

Работая с китайской стороной, необходимо учитывать культурные и страноведческие моменты, столь хорошо понятные китаеведам, и не учитываемые многими бизнесменами и чиновниками, ведь мы имеем дело с древнейшей цивилизацией, непрерывно существующей уже семь тысяч лет. Наше чувство времени не может не отличаться: по мироощущению Китай по-прежнему Срединная империя, которой некуда спешить: рано или поздно она добьется своего. Турфирмы, пролоббировавшие безвизовые списки, конечно, не ожидали, что в России с фантастической скоростью вырастет местная китайская инфраструктура, и в российской экономике будет оседать ничтожно малый процент огромных денег, крутящихся в этом секторе.

Разрастающийся теневой туристический сектор способен обрушить рынок, по выражению **Е. Бреус**, «полностью сняв плодородный слой и оставить за собой выжженную землю, на которой еще долго ничто не прорастет». Китайские полукриминальные структуры выстраивали подобную схему бизнеса на разных рынках; рос-

сийский не первый и не последний: известны примеры в самом Китае (вымогательства в национальном парке провинции Хэйлунцзян⁹), в Индонезии¹⁰, где отмечались туры, продаваемые китайским туристам за нереалистично низкую стоимость и впоследствии предполагавшие обязательные визиты в китайские магазины, в Камбодже¹¹, Малайзии¹² и т. д. Ряд регулирующих мер приходилось принимать везде; рано или поздно это сделает и Россия.

Представляется ошибочной тактика многих музеев, делающих ставки на большой китайский турпоток. В Интернете активно тиражировалась фраза директора Эрмитажа **Михаила Борисовича Пиотровского**: «Китайские посетители помогли Эрмитажу жить» — за счет их количества и оплаты полной стоимости билета¹³. Однако, как замечают коллеги, повседневные проблемы экскурсоведения и сопровождения групп не видны из высоких кабинетов. Помимо объема продаж билетов нужно анализировать и общую картину: зачастую музеи просто не справляются с туристической нагрузкой. Когда посещение, например, музея Фаберже в Санкт-Петербурге продается как дополнительная экскурсия, китайские туристы идут не через входы для организованных групп, а в общую очередь, которая в результате становится многочасовой. Сопровождающие не позволяют китайским туристам ничего покупать в музейных магазинах, поскольку любая «сторонняя покупка» — убыток для *хэйдао*. В силу же специфики поведения туристов из Китая, многие музеи, гостиницы и

9 Управление по туризму расследует дело гидов-вымогателей в Хэйлунцзяне. *Biang*. URL: <http://biang.ru/ru/soczialnyie-seti/upravlenie-po-turizmu-rassleduet-delo-gidov-vyimogatelej-v-xejlunczzyane.html> (дата обращения: 20.10.2020).

10 Wibawa T. Alipay and 'Zero-Dollar' Packages: How Chinese Tourists Are Reshaping Tourism Around the World. *ABC News*. URL: <https://mobile.abc.net.au/news/2018-12-02/how-chinese-tourists-are-reshaping-tourism-around-the-world/10557512> (дата обращения: 20.10.2020).

11 Connor L. 'They Only Go to Chinese Shops': Why Cambodia's Influx of Mainland Tourists Is Causing Tensions. *South China Morning Post*. URL: <https://www.scmp.com/week-asia/society/article/2180257/they-only-go-chinese-shops-why-cambodias-influx-mainland-tourists> (дата обращения: 20.10.2020).

12 Crackdown on 'Zero Dollar' Tourism. *Daily Express*. URL: <http://dailyexpress.com.my/news.cfm?NewsID=129303> (дата обращения: 20.10.2020).

13 Михаил Пиотровский: «Китайские посетители помогли Эрмитажу жить». *Фонтанка.ру*. URL: <https://calendar.fontanka.ru/articles/8980/> (дата обращения: 20.10.2020).



Илл. 4. Балетные па в Царском Селе в Санкт-Петербурге
Фото © Shutterstock

целые туристические направления теряют привлекательность для туристов из других стран (Илл. 4).

Китай все и всегда использует как рычаг на внешнеполитической и экономической арене, в связи с чем делать некую особую ставку на китайский бизнес и китайский туризм нецелесообразно. Например, КНР издала неофициальный запрет на туристические поездки в Южную Корею в 2017 г. за несколько месяцев до зимней Олимпиады в Пхёнчхане как протест против размещения в стране вооружения системы НПРО США, и туристический поток восстановился лишь два года спустя. Специалист по внешней политике Китая Соу Кит Ток из Мельбурнского университета, говорит: «Пекин способен мобилизовать китайское население и быстро перекрыть выездной поток в ту или иную страну. Туризм стал одним из орудий на-

казания несогласных и расширения влияния Китая в мире»¹⁴. В декабре 2018 г. Китай объявил «нежелательными» поездки своих граждан в Канаду после ареста там финансового директора компании *Huawei*¹⁵. Тогда же, в декабре 2018 г., воспользовавшись мелким скандалом с китайскими туристами, КНР выпустила «предупреждение о проблемах с безопасностью в Швеции», на деле связанное с проводимыми шведским правительством расследованием несоблюдения прав человека в Китае¹⁶. Свежий пример: после визита делегации правительства Чехии на Тайвань (считаемый КНР отторгнутой китайской территорией) в сентябре 2020 г. в КНР возмутились и немедленно выпустили циркуляр, не рекомендующий китайским туристам ездить в Чехию под предлогом эпидемиологической обстановки и побуждающий китайские компании сворачивать бизнес-операции в стране¹⁷.

14 Wibawa T. Alipay and 'Zero-Dollar' Packages: How Chinese Tourists Are Reshaping Tourism Around the World. *ABC News*. URL: <https://mobile.abc.net.au/news/2018-12-02/how-chinese-tourists-are-reshaping-tourism-around-the-world/10557512> (дата обращения: 20.10.2020).

15 Chu Daye. Chinese Visitors Put off by Arrest of Huawei Exec. *Global Times*. URL: <https://www.globaltimes.cn/content/1131605.shtml> (дата обращения: 20.10.2020).

16 China Renews Warning Against Travelling to Sweden Amid Ongoing Diplomatic Row. *South China Morning Post*. URL: <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/2179301/china-renews-warning-against-travelling-sweden-amid-ongoing> (дата обращения: 20.10.2020).

17 Пекин накажет Прагу за визит спикера Сената Чехии на Тайвань. *Коммерсантъ*. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4483002> (дата обращения: 20.10.2020).



Групповой туризм: НЛП, СТРАШНАЯ Россия и коляска от президента

Говоря о том, чего недополучает экономика России, не следует забывать, что прежде всего от сложившейся системы страдают сами туристы, причем как китайские, так и представители других стран. Что можно сказать о людях, приезжающих сейчас в Россию из КНР? Прежде всего рассмотрим групповой массовый туризм, провоцирующий самые острые дискуссии и публикации. Те, кого заманивают в обманчиво дешевые групповые туры, — в основном люди среднего возраста, 50–60 лет. В большинстве своем они совсем не богаты и Россия для них — первый опыт заграничной поездки. Они как правило не говорят на иностранных языках, и черным гидам

довольно легко их контролировать. В ход идут самые разные методы, в том числе НЛП, а иногда и полноценное запугивание и насилие.

Россия представляется туристам-китайцам опасной, холодной и недружелюбной страной, где гостей всячески предостерегают от любого взаимодействия с местными. С одной стороны, русские, по этой легенде, могут нормально жить только летом, а зимой прячутся в домах, отправляя женщин и детей воровать на улицы. С другой стороны, русские крайне избалованы, ленивы и не любят работать, живут в бесплатных квартирах, не платят за коммунальные услуги, а каждой беременной женщине Президент лично дарит детскую коляску. Мы помним, что единственная цель связанного долговыми обязательствами *хэйдао* — выжать из туриста все до последнего

Илл. 5. Согреют ли туриста русские меха? На площади в Москве. Фото © Shutterstock





Илл. 6. Россияне и избегающие страшных местных инфекций гости из Китая на Дворцовой площади в Санкт-Петербурге
Фото © Shutterstock



фыня. Поэтому безостановочным рефреном будут звучать, действуя на психику гостей, слова «золото» и «янтарь». Купола русских храмов золотые, потому что русские очень любят золото; русские женщины красивы и требуют подарков из золота; поэтому каждый приезжающий тоже должен купить золотое украшение. Петр Первый затеял Северную войну с единственной целью — добиться выхода к берегам Балтики, богатым янтарем, который непременно нужно приобрести в сувенирном магазине. А магазины для китайцев — это специально созданные точки, куда невозможен вход со стороны, и где туристам по баснословным ценам продадут подделки (наценка может составлять от 200 до 1000 %)¹⁸. После поездки с кольца облезет позолота, сибирский соболь окажется низкокачественной норкой, а балтийский янтарь — композитом из пластика и смол, произведенным в родном Китае (Илл. 5).

Туриста, который откажется, купит слишком мало или сделает попытку приобрести что-то вне обозначенных магазинов, будут ждать угрозы или унижение перед лицом всей группы. Но его беды не ограничиваются тратами: на протяжении всего путешествия его ожидает плохой

сервис и низкое качество, которые будут представляться как неизбежные российские реалии. Зачастую туристов селят в удаленные от центра старые или неудобные гостиницы, для передвижения закупаются ветхие автобусы в аварийном состоянии. Далее с туристов будут собраны чаевые для водителя, который их не увидит, а значит, не поможет с погрузкой багажа — лишнее «подтверждение» лени и нелюбезности русских. Качество питания в китайских ресторанах без вывески никем не контролируется. Любопытно и печально из нынешней эпохи пандемии читать сделанные еще в 2018 г. предостережения о том, что в Китае в силу огромной концентрации людей и нехватки общедоступной медицины процветает множество инфекционных заболеваний, которые могут быть принесены в Россию, в том числе через подобные рестораны [Александрова, Зайцева, Заклязьминская, 2018] (Илл. 6).

Автор статьи работает с испаноязычными туристами, и к сожалению, столкновение с китайскими группами — почти всегда неприятный момент. Китайские туристы не соблюдают очереди, идут напролом, всегда очень шумят, мусорят, снимают со вспышкой там, где это запрещено, сметают всю еду на завтраках и ужинах,

18 Зуенко И. Китайских туристов в России все больше, но озолотиться с их помощью не получается. *Профиль*. URL: <https://profile.ru/lifestyle/travels/kitajskix-turistov-v-rossii-vse-bolshe-ozolotitsya-s-ix-pomoshhyu-ne-poluchaetsya-147029/> (дата обращения: 20.10.2020).



Илл. 7. Участники реалити-шоу «Творческий лагерь 2020 (创造营) CHUANG-2020» выбрали для выступления песню «Трактористский». По: URL: <https://youtu.be/djBXo59i4H8>

бывают агрессивны словесно и физически — не говоря уже о совсем вопиющих случаях отправления физических нужд в исторических или общественных местах (например, в Кремле). Но ответственность за все эти эксцессы следует возложить не на них, а на сопровождающего. Мы помним, что большинство людей в таких группах — неопытные путешественники, часто очень простые и даже малообразованные люди. Поэтому гиду следовало бы объяснить правила и следить за их соблюдением, а вместо этого *хэйдао* потакает любому поведению, которое позволит ему выступать в роли единственного защитника и благодетеля и выставить всех окружающих опасными антагонистами.

Разумеется, все описанное было бы невыносимо, если бы китайские группы сопровождали лицензированные российские гиды-переводчики. Что же касается «экскурсионной» составляющей поездки, можно бесконечно перечислять удивительные нелепости. Петр Великий, родившийся у Ивана Грозного, Екатерина Вторая, управлявшая Советским Союзом, неловкие попытки объяснить православную символику далеким от религии китайцам можно считать досадной, но достаточно невинной нелепостью. Гораздо огорчительнее, что турист покидает Россию ограбленным и разочарованным, с ощущением, что это недружелюбная, опасная и дорогая страна с низким качеством товаров и услуг. А самое печальное, что для многих молодых китай-

цев поездка в Россию задумывается как своего рода ностальгический тур, стремление вживую встретиться с давним товарищем по коммунистическому прошлому, сравнить опыт реформ и перехода к капиталистической экономике. Россия ощущается ими изначально как сосед, как близкая страна, их могла бы интересовать как история, так и современная повестка. Если бы с китайскими группами работали настоящие гиды, происходил бы полноценный социокультурный обмен и живой человеческий контакт. Помимо прочего, приезжающие китайцы зачастую искренние, любопытные, непритязательные и небогатые люди, готовые неумоимо путешествовать и обрабатывать массу информации. Им вовсе не хочется плохо выглядеть в глазах жителей других стран.

Прочитав замечательный материал, написанный В. Баргачевой для «Лаборатории изучения китайского туризма»¹⁹ и анализирующий песню 2015 г. «Трактористский», ставшую в Китае большим хитом, написанную и исполненную «бабушкой китайского диско» Чжан Цян. В тексте слышится одновременно ностальгия по идеалам ушедшего поколения строителей коммунизма, видевших в советских соседях братьев, и ирония новых поколений, для которых Россия — просто набор ярких символов, которые могут уже и не существовать в реальности. Вот отрывок текста, переведенного Викторией на русский язык.

¹⁹ Группа Санкт-Петербургской Ассоциации гидов-переводчиков китайского языка. URL: <https://www.facebook.com/groups/1625460254429259> (дата обращения: 20.10.2020).



Скорый поезд из Пекина в Москву
По Сибири, через Волгу,
Сквозь леса, как кристаллы Сваровски,
Прямо в психоделический Кремль
Здесь подмосковными вечерами
Не звучит уж возвышенных клятв
За идеалы кто теперь сразится?
Кто за любовь теперь умрет?
Москва ничьим слезам не верит,
Да и никогда никому не поверит.
Где былая молодость и стать?
Ушедших лет уж не вернуть.

ПОДМОСКОВНЫЕ ВЕЧЕРА
ИЛИ СЕВЕРНОЕ СИЯНИЕ?

Что же может привлечь туристов из КНР, когда не работает ностальгический посыл? Основные направления их путешествий — Москва и Санкт-

Петербург, Байкал и Дальний Восток. В обеих столицах программа составляется с учетом предпочтений китайских туристов, желающих увидеть либо что-то необычное, либо яркое и знаковое, либо сопоставимое с тем, что вписывается в их картину мира. К примеру, Кремль в какой-то мере можно сравнить с пекинским императорским дворцом Гугунгом: та же концепция обнесенного стенами дворцово-храмового комплекса в историческом центре города. Обязателен к посещению Эрмитаж, но ценится он не за коллекцию искусства, а за дворцовые интерьеры. Фонтанно-дворцовые комплексы Петергофа также очень привлекательны как проявление имперской роскоши (Илл. 11). И разумеется, программа должна включать возможность фотографирования: китайский турист стремится запечатлеть себя и друзей на фоне всех знаковых достопримечательностей, таких, как Покровский собор (храм Василия Бла-

Илл. 8. Фото на синем льду озера Байкал. Фото © Shutterstock





Илл. 9. 3-D визуализация проекта канатной дороги Благовещенск – Хэйхэ
По: URL: <https://youtu.be/2SGt5EjfcH4>

женного) на Красной площади в Москве (Илл. 1). А вот к картинным галереям и музеям изобразительного искусства в целом китайцы равнодушны, как и к городам Золотого Кольца: храмы и монастыри, составляющие абсолютное большинство архитектурного наследия Древней Руси, выглядят для них одинаковыми и интереса не представляют.

Что касается Байкала и Дальнего Востока, то сюда едут совсем за другими впечатлениями (Илл. 8). Байкал привлекателен не только как удивительная природная достопримечательность, но и как объект поп-культуры²⁰: в 2011 г. китайский певец Ли Цзянь исполнил песню «На берегах Байкала», ставшую очень популярной, после того как она засветилась на местной версии шоу «Голос». На Дальнем Востоке китайцы посещают прежде всего Благовещенск и Владивосток — в основном с целью шопинга: большим спросом пользуются более дешевые и экологически чистые продукты питания и алкоголь. Популярны и секс-туризм, и незаконная охота, хотя об этом не принято говорить в официальных источниках. Дальневосточный Федеральный Округ делает большие ставки на два масштабных проекта: предполагаемое строительство скоростной железной дороги Влади-

восток–Муданьцзян (протокол о намерениях подписан весной 2018 г. на Дне китайского инвестора в присутствии глав региона)²¹ и канатную дорогу Благовещенск – Хэйхэ, призванную соединить два разделенных Амуром города и стать **первой в мире канатной дорогой между двумя странами**²² (Илл. 9). Только с помощью «канатки» ежегодный поток пассажиров к 2024 г. может составить 1 млн человек, однако инфраструктура региона, в том числе сфера гостеприимства, пока не готова принимать подобное количество приезжих.

В последние годы появилось еще одно, довольно неожиданное направление китайского туризма: **Заполярье**, а именно Мурманск (Илл. 10), хотя туроператоры из Китая исследуют и Архангельск как возможную новую точку. Туда приезжают полярной ночью с основной целью — увидеть северное сияние, а порой и с более сложной мечтой — **зачать ребенка** под свет Aurora Borealis. Считается, что, во-первых, это увеличивает шансы на рождение мальчика, что по-прежнему предпочтительно в Китае, а во-вторых, такое дитя обязано вырасти прекрасным и талантливым²³. Похоже, сработала чья-то коммерческая сме-

20 Зуенко И. Китайских туристов в России все больше, но озолотиться с их помощью не получается. *Профиль*. URL: <https://profile.ru/lifestyle/travels/kitajskix-turistov-v-rossii-vse-bolshe-ozolotitsya-s-ix-pomoshhyu-ne-poluchaetsya-147029/> (дата обращения: 20.10.2020).

21 Китайские инвесторы намерены построить ж/д магистраль между столицей Приморья и Муданьцзянем. *Примамедиа*. URL: <https://primamedia.ru/news/686737/> (дата обращения: 20.10.2020).

22 Стоимость канатной дороги Благовещенск – Хэйхэ увеличилась в два раза. *ТАСС*. URL: <https://tass.ru/ekonomika/9198133> (дата обращения: 20.10.2020).

23 Перцев А. Зачать под северным сиянием. Из-за восточного поверья число китайских туристов в Мурманске выросло в 100 раз. *Медуза*. URL: <https://meduza.io/feature/2019/12/30/zachat-pod-severnym-siyaniem> (дата обращения: 20.10.2020).



Илл. 10. В ожидании северного сияния в Мурманске. Фото © Shutterstock

калка: как еще привлечь китайских туристов в столь далекие и суровые места? Однако поверье существует и среди китайских диаспор, и среди других народов Дальнего Востока и ЮВА: за тем же самым японцы ездят на Аляску²⁴.

«Воюющая нация» саянов

Возвращаясь к проблемным моментам, отметим, что влияние ложной информации, скармливаемой туристам *хэйдао*, в особенности вредоносно в разрезе поездок граждан КНР на Байкал и на Дальний Восток. Пугающим общим местом стало то, что Россия предстает в сознании гостей захватчицей «исконно китайских территорий». И если российские гиды-переводчики — выпускники языковых вузов с фундаментальными знаниями в области страноведения и

истории российско-китайских отношений подготовлены к обсуждению в том числе и острых вопросов, то *хэйдао* профильного образования не имеют, а главное, совершенно не заинтересованы в правдивом изложении материала. Подпитка размышлений о «более эффективном» и «справедливом» использовании огромных и часто полупустых земель России — недооцененная опасность, брешь во внешнеполитическом имидже страны.

Дипломатический скандал вокруг празднования 160-летнего юбилея Владивостока в июле 2020 г. проистекает как раз из описанных настроений. Российское посольство в КНР опубликовало заметку о дне рождения города в китайской соцсети *Weibo*, где говорилось о славе русского порта и том, что «Владивосток» переводится как «Владей Востоком». В КНР же многие считают,

24 Aurora Borealis Sets Beacon for Alaska Visitors. *USA Today*. URL: <https://www.usatoday.com/story/travel/destinations/2013/01/31/aurora-borealis-northern-lights-alaska/1880129/> (дата обращения: 20.10.2020).



что Россия получила земли, где стоит современный Владивосток, в результате несправедливого договора с ослабленной Цинской империей после Второй опиумной войны²⁵, и хотя никакого китайского города на этом месте не существовало, тема представляет предмет активных спекуляций. В ответ китайские соцсети разразились публикациями в духе «160-летие оккупации Хайшэньвэя» («Трепанговой бухты»), а государственные каналы дали понять, что такие материалы не по душе официальному Китаю. Заметку не удалили, но «владение Востоком» пришлось вырезать.

Истории о «незаконно захваченных китайских землях» созвучны непростому отношению к России в современном Китае. С одной стороны, она по-прежнему воспринимается как сильное и большое государство, с другой — государство, выражено отставшее от Китая в технологическом плане и растерявшее былое величие: «В последнее время в Китае термин «русские» в медийном пространстве и в бытовом плане постепенно замещается относительно новым этнофолизмом *чжаньдоу миньцзу* (战斗民族), “**воюющая нация**”, что, по мнению китайцев, отражает суть национального характера русских. В этом термине сочетается и историческое наследие и образ жизни, но особенно он подчеркивает склонность решать проблемы кавалерийским наскоком, не обращаясь к другим способам цивилизованного поведения. Интересно происхождение этого словосочетания. Термин был заимствован из популярной японской манги “Жемчуг дракона”, там *чжаньдоу миньцзу* называют одну из фантастических рас — имевших огромный запас сил **саянов**, за счет чего они и выживали. Недалеко от них жила еще одна раса, очень похожая на людей, двигавшаяся по пути цивилизации и развития технологий. Однажды саяны вероломно напали на соседей, разрушая их мир, после чего украли все их технологические и военные изобретения и принялись покорять другие миры, стали тиранами и не могли

насытиться кровью, богатством и беспредельной властью. Конечно же, далеко не каждый китайский гражданин знает об этой саге и переносит образ саянов на русских, но в этнофолизме “вояки” можно увидеть некоторые черты, которыми при желании легко объяснить определенные аспекты российской истории и национального характера. То есть, русские — некогда могущественная раса, сильная, но грубая и не слишком умная» [Беседа с В. Н. Баргачевой].

Другой КИТАЙСКИЙ ТУРИЗМ

Между тем каждый год только в Петербурге и Москве получают гидовские лицензии несколько десятков квалифицированных специалистов, зачастую совмещающих профессию гида с преподаванием или научной работой, и способных грамотно разрешать большую часть озвученных проблем и сглаживать острые моменты, работать настоящими культурными послами. Ныне, пользуясь несовершенством законодательства, китайский теневой бизнес не подпускает их к «списочным» группам из КНР, и профи работают в основном с гостями из Гонконга, с Тайваня, с китайскими диаспорами в ЮВА. Из беседы с П. Рысаковой становится понятно, что это совсем другие туристы; их интересы и предпочтения сильно отличаются от представителей континентального Китая. Если для КНР Россия — сосед и бывший товарищ по строительству коммунизма, то для **Тайваня** — бывший идеологический враг, что долгое время прописывалось везде вплоть до школьных учебников. Тайваньцы зачастую лучше знают дореволюционную русскую культуру, чем советскую. А для **Гонконга** Россия — просто совсем чужая, неизвестная и непонятная страна, привлекательная северной природой и красотой. В большинстве случаев для тех и других поездка в Россию — далеко не первая, а иногда она и вовсе выступает транзитным пунктом по пути в другую европейскую страну. «Другие туристы»

25 Глазунова Л. Китайцев разозлил юбилей Владивостока. Дипломатический скандал вскрыл проблемы в военных отношениях. *News.ru*. URL: <https://news.ru/asia/kitajcev-razozlil-yubilej-vladivostoka/> (дата обращения: 20.10.2020).



Илл. 11. Прикоснуться к императорской роскоши можно в парках Петергофа под Санкт-Петербургом
Фото © Shutterstock

гораздо требовательнее к условиям и комфорту, в путешествии больше ценят досуговую составляющую. Парадоксально, но образованные и более рафинированные гости часто значительно меньше интересуются историей и культурой России, чем китайцы из КНР.

«СЕРЫЙ МОККО», МЕТРО-2033 и ГЕОЛЮБОВЬ
(Или «Что делать?»)

В завершение имеет смысл поговорить о перспективах и способах решения проблем. Главная ожидаемая перемена — принятие поправок в законодательство, закрепляющих давний стандарт Минтруда, по которому гид-переводчик должен иметь российское гражданство. В соответствии с законопроектом, принятым Госдумой в первом

чтении 15 июля 2020 г.²⁶, на федеральном уровне будут установлены единые нормы по оказанию услуг экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов-проводников, порядок и критерии их аттестации (с подтверждением раз в пять лет) и требования к образованию, стажу, профессиональным знаниям и навыкам гида. Как отмечает **П. Рысакова**, проблемы, связанные с китайским туризмом, достаточно универсальны во всех странах, где есть бреши в законодательстве, через них проходили и страны ЮВА, и Турция, и Европа. Катализатором изменений должны выступить трудовые кадры. Принятие законопроекта о гражданстве и лицензировании гидов позволит начать процесс регулирования, и, разумеется, необходимо контролировать деятельность существующих китайских фирм, принуждая их

26 Законопроект № 864169-7. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников. *ГосДума РФ*. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/864169-7> (дата обращения: 20.10.2020).



к прозрачности, к нормальной системе зарплат, к уплате налогов и т. д. Улучшению контроля финансовых потоков поможет также освоение музеями и различными бизнесами китайских платежных систем *UnionPay* и *WeChatPay*.

Другой важный момент — потенциальная либерализация визового режима с Китаем, вызывающая отторжение ряда российских турфирм, боящихся потерять доход, получаемый в коллаборации с китайскими туроператорами. Скорее всего, это вопрос времени: рано или поздно механизм безвизовых списков — один из корней зла — уйдет в прошлое. Китайский средний класс и молодежь сейчас мало ездят в Россию: передвижение в группах их не привлекает, а процесс получения российской визы может вызывать отторжение как стоимостью, так и трудоемкостью. Схожие моменты отмечает Д. С. Панарина в статье о российско-филиппинском туризме [Панарина, 2018]. В Китае всего четыре авторизованных визовых центра РФ, однако предприимчивые китайцы наладили довольно удобные сервисы, где весь процесс оформления с доставкой документов на дом занимает примерно неделю и стоит порядка 800 юаней (8000 рублей). Предполагаемая стоимость электронной визы — 40 долларов (3100 рублей по текущему курсу), что дешевле и проще, но не радикально. Имеет смысл задуматься о привлекательности России как направления для поездок молодого, современного Китая — здесь в наличии большой потенциал [Беседа с В. Н. Баргачевой].

«Лаборатория изучения китайского туризма» ознакомилась с «Отчетом об изменении потребительских привычек туристов поколения Z» от онлайн-агентства индивидуальных путешествий *Mafengwo* и заключила, что «поколение Z, появившиеся на свет в конце 90-х – начале нулевых годов, сегодня составляет 19 % населения КНР. ... пока лишь малая часть этой огромной армии потребителей располагает средствами для путе-

шествий и имеет возможность принимать самостоятельные решения, но ее потребительский потенциал трудно переоценить. В молодом возрасте зарождаются мечты, которые многие реализуют, уже повзрослев. Поэтому интерес молодой аудитории к той или иной дестинации, пусть виртуальный, через несколько лет вполне может перерасти в значительный туристский спрос». В рейтинге TOP-50 самых популярных иностранных направлений фигурируют сразу три российских города: Москва, Владивосток и Санкт-Петербург, притом что список включает все привычные и удобные для Китая азиатские направления (плюс, излюбленные города Европы). Однако необходимо понимать, что это поколение будет искать в России новые смыслы, и русская старина и советские знаковые достопримечательности будут ему либо неинтересны, либо восприниматься в ином свете. Например, «московское метро больше не парк культуры сталинского периода. Новые китайские туристы, спускаясь по эскалатору, будут искать декорации ставшей популярной в Китае видеогри «Метро 2033» по сюжету одноименного романа Дмитрия Глуховского о постапокалиптической жизни в полуразрушенной московской подземке. В конце января 2020 г. китайская коллекция кино-травелогов комедийного формата «Затерянные в...», начатая в 2012 г., пополнилась сентиментальной комедией «Затерянные в России»»²⁷.

Возникает вопрос: насколько Россия готова принимать китайских туристов, освобожденных из неволи замкнутых групповых туров? Можно прислушаться к мнению **Фан Фэя**, журналиста, уже 15 лет живущего в России и в 2014 г. запустившего проект «Серый мокко»²⁸ — первый подкаст о жизни в России на китайском языке. Фан отмечает целый ряд аспектов, требующих совершенствования. Среди них отсутствие в регионах ярких местных блюд, что сложно по-

27 Санкт-Петербургская Ассоциация гидов-переводчиков китайского языка. URL: <https://www.facebook.com/photo?fbid=3287071421332571&set=a.212056952167382> (дата обращения: 20.10.2020).

28 Фан Фэй. «Серый мокко» о Китае для русских и о России для китайцев. URL: <https://taplink.cc/greymocha> (дата обращения: 20.10.2020).



Илл. 12. Привет, умытая Россия! Фото © Shutterstock

нять человеку из КНР, где существует не меньше восьми региональных кухонь²⁹ и более практические моменты — недостаток общественных туалетов и почти полное их отсутствие в метро. И главное — перевод указателей и прочей информации на китайский язык. В последние годы многие популярные музеи, бизнесы и городские пространства сделали попытки такого перевода, но Фан о них невысокого мнения: он считает, что эти тексты, изначально составленные на русском языке, не отвечают китайскому менталитету, не говоря уже о вопиющих случаях машинного перевода, превращающих «Красную площадь» в «колбасу», а «Патриаршее подворье» в «Деревню, где ценят мужчин и пренебрегают женщинами». Фан признает: интернет пестрит множеством равно комичных случаев перевода с китайского на русский, но разница в том, что в Китае к машинному переводу прибегает мелкий бизнес, а в России казусы случаются и на высшем уровне. Помимо прочего, к сожа-

лению, существует имидж России как страны, где местное население не любит иностранцев, а полиция в любой момент может задержать чужака без объяснения причин.

Зародилось недавно в Китае и увлечение модной «географической лирикой»³⁰, изначально задуманной как мнемоническая техника для запоминания географических названий, но сложившейся в соответствии с китайской литературной традицией в счетные наборы текстов: «Восемнадцать писем о геочувствах», «Двенадцать слов о геолобви», «Двадцать геопризнаний» и т. п. В списках уже замечены две российские локации. «Ты теплое течение Атлантики, а я полярный Мурманск, и лишь с тобой мой порт не замерзает никогда». «Моя любовь как схема Московского метрополитена; словно стрелы из самого сердца достигают каждого уголка». Хочется, чтобы Россия приобрела и сохранила именно такой образ и стала краем, куда можно приехать, не пожалев, и мечтать вернуться опять (Илл. 12).

29 Интервью с автором подкаста «Серый мокко» о жизни китайца в России. *Afisha.Daily*. URL: <https://daily.afisha.ru/relationship/16532-zhizn-sovremennogo-kitayca-v-rossii-sozdatel-proekta-seryy-mokko-o-mifah-i-stereotipah/> (дата обращения: 20.10.2020).

30 Санкт-Петербургская Ассоциация гидов-переводчиков китайского языка URL: <https://www.facebook.com/groups/1625460254429259> (дата обращения: 20.10.2020).



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

Александрова М. В., Зайцева Т. Р., Заклязьминская Е. О. Въездной туризм из КНР в Россию: современное состояние, проблемы и опасности. *Китай: политика, история, культура. К 85-летию Ю. М. Галеновича*. М.: Синосфера, 2018. С. 170–215 [Aleksandrova M. V., Zaitseva T. R., Zakliazminskaya E. O. Entry Tourism from the PRC to Russia: Current Condition, Problems and Dangers. *China: Politics, History, Culture. Dedicated to the 85th Anniversary of Y. Galenovich*. Moscow: Sinosfera, 2018. Pp. 170–215 (in Russian)].

Бреус Е. М. Въездной туризм в Россию из Китая: форма социокультурного взаимодействия или напряженности? *Проблемы идентичности в контексте мирового опыта. По материалам конференции молодых ученых*. Москва, 12–14 декабря 2017 г. М.: ИЭА РАН, 2018. С. 51–67 [Breus E. M. Inbound Tourism to Russia from China: A Form of Socio-Cultural Interaction or Tension? *Identity Problems in the Context of World Experience. Proceedings of the Young Scholars Conference*. Institute of Ethnology and Anthropology, RAS, 2018. Pp. 51–67 (in Russian)].

Панарина Д. С. Развитие двустороннего российско-филиппинского туризма. *Вестник Института востоковедения РАН*. 2018. № 5. С. 133–142 [Panarina D. S. Russia-Philippines Tourism Development. *Vestnik Instituta Vostokovedeniia RAN*. 2018. No. 5. Pp. 133–142 (in Russian)].

Kwek A., Ying Wang, Weaver D. B. Face and Facework in Ethnic Chinese Shopping-Intensive Package Tours: Dynamics and Outcomes. *Tourism Management*. 2019. No. 74. Pp. 396–407.

Yueying Xu (Hazel), Nancy Gard McGehee. Tour Guides under Zero-Fare Mode: Evidence from China. *Current Issues in Tourism*. V. 20. 2017. Issue 10. Pp. 1088–1109.

Yong Chen, Barry Mak, Yingzhi Guo. “Zero-Fare” Group Tours in China: An Analytic Framework. *Journal of China Tourism Research*, 2011. No. 7:4. Pp. 425–444.

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ /
ELECTRONIC SOURCES

Выборочная статистическая информация, рассчитанная в соответствии с официальной методологией оценки числа въездных и выездных туристских поездок. *Федеральное агентство по туризму* [Selected Statistics of Inbound and Outbound Tourist Trips. *Federal Tourism Agency* (in Russian)]. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoj-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/vyborochnaya-statisticheskaya-informatsiya-rasschitannaya-v-sootvetstvii-s-ofitsialnoy-statisticheskoy-metodologiyey-otsenki-chisla-vezdnykh-i-vyezdnykh-turistskikh-poezdok/> (дата обращения: 20.10.2020).

Глазунова Л. Китайцев разозлил юбилей Владивостока. Дипломатический скандал вскрыл проблемы в военных отношениях. *News.ru* [Glazunova L. China Angered by Vladivostok Anniversary Celebration. *News.ru* (in Russian)]. URL: <https://news.ru/asia/kitajcev-razozlil-yubilej-vladivostoka/> (дата обращения: 20.10.2020).

Группа Санкт-Петербургской Ассоциации гидов-переводчиков китайского языка в Facebook [Facebook page of the St-Petersburg Chinese guides Association (in Russian)]. URL: <https://www.facebook.com/groups/1625460254429259> (дата обращения: 20.10.2020).

Законопроект № 864169-7. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников. *Госдума РФ* [Bill No. 864169-7. On the Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation in Order to Improve the Legal Regulation of the Activities of Tour Guides (Guides), Guide-Translators and Instructors-Guides. *State Duma's Official Site* (in Russian)]. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/864169-7> (дата обращения: 20.10.2020).



Зуенко И. Китайских туристов в России все больше, но озолотиться с их помощью не получается. *Профиль* [Zuenko I. The Increase in Chinese Tourism in Russia Doesn't Bring Profit. *Profile* (in Russian)]. URL: <https://profile.ru/lifestyle/travels/kitajskix-turistov-v-rossii-vse-bolshe-ozolotitsya-s-ix-pomoshhyu-ne-poluchaetsya-147029/> (дата обращения: 20.10.2020).

Интервью с автором подкаста «Серый мокко» о жизни китайца в России. *Afisha Daily* [Interview with the “Grey Mocha” Podcast Creator. *Afisha Daily* (in Russian)]. URL: <https://daily.afisha.ru/relationship/16532-zhizn-sovremennogo-kitayca-v-rossii-sozdatel-proekta-seryu-mokko-o-mifah-i-stereotipah/> (дата обращения: 20.10.2020).

Канал частного научно-исследовательского предприятия «Лаборатория изучения китайского туризма» в Telegram [Telegram Channel of the Private Research Enterprise “China Tourism Research Laboratory”]. URL: <https://t.me/chinesetourism> (дата обращения: 20.10.2020).

Китайские инвесторы намерены построить ж/д магистраль между столицей Приморья и Муданьцзянем. *Медиахолдинг Примамедиа*. [Chinese investors to build a railway between Vladivostok and Mudanjiang. *Primamedia mediagroup* (in Russian)]. URL: <https://primamedia.ru/news/686737/> (дата обращения: 20.10.2020).

Михаил Пиотровский: «Китайские посетители помогли Эрмитажу жить». *Фонтанка.ру* [Mikhail Piotrovsky States that Chinese Tourists Help the Hermitage Survive. *Fontanka.ru* (in Russian)]. URL: <https://calendar.fontanka.ru/articles/8980/> (дата обращения: 20.10.2020).

Пекин накажет Прагу за визит спикера Сената Чехии на Тайвань. *КоммерсантЪ*. [Beijing Will Punish Prague for the Speaker of the Czech Senate Visiting Taiwan. *Kommersant* (in Russian)]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4483002> (дата обращения: 20.10.2020).

Перцев А. Зачать под северным сиянием. Из-за восточного поверья число китайских туристов в Мурманске выросло в 100 раз. *Медуза* [Pertsev A. Conceiving under the Northern Lights:

An Oriental Legend Brought Chinese Tourists to Murmansk. *Meduza* (in Russian)]. URL: <https://meduza.io/feature/2019/12/30/zachat-pod-severnym-siyaniem> (дата обращения: 20.10.2020).

Список российских туристических организаций, имеющих право осуществлять деятельность в рамках реализации Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках от 29 февраля 2000 год. *Федеральное агентство по туризму* [List of Russian Tourist Companies Authorized to Operate within the Framework of the Agreement between the Government of the Russian Federation and the Government of the People's Republic of China on Visa-Free Group Tourist Trips from February 29, 2000. *Federal Tourism Agency* (in Russian)]. URL: www.russiatourism.ru (дата обращения: 20.10.2020).

Стоимость канатной дороги Благовещенск — Хэйхэ увеличилась в два раза. Российское государственное информационное агентство ТАСС [The Cost of the Cable Line from Blagoveshchensk to Heihe Has Doubled. *Russian State News Agency TASS* (in Russian)]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/9198133> (дата обращения: 20.10.2020).

Управление по туризму расследует дело гидов-вымогателей в Хэйлунцзяне. *Biang* [The Authorities Investigate Tourism Shams in Heilongjiang. *Biang project* (in Russian)]. URL: <http://biang.ru/ru/soczialnyie-seti/upravlenie-po-turizmu-rassleduet-delo-gidov-vyimogatelej-v-xejlunczzyane.html> (дата обращения: 20.10.2020).

Фан Фэй. «Серый мокко» о Китае для русских и о России для китайцев [Fang Fei. “Grey Mocha”: Talking with the Chinese about Russia and with the Russians about China (in Russian)]. URL: <https://taplink.cc/greymocha> (дата обращения: 20.10.2020).

Annual Report on China Outbound Tourism Development 2019. *China Tourism Academy*. URL: <https://dragontrail.com/resources/blog/cta-annual-report-on-china-outbound-tourism-development-2019> (дата обращения: 20.10.2020).



Aurora Borealis Sets Beacon for Alaska Visitors. *USA Today*. URL: <https://www.usatoday.com/story/travel/destinations/2013/01/31/aurora-borealis-northern-lights-alaska/1880129/> (дата обращения: 20.10.2020).

China Renews Warning against Travelling to Sweden amid Ongoing Diplomatic Row. *South China Morning Post*. URL: <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/2179301/china-renews-warning-against-travelling-sweden-amid-ongoing> (дата обращения: 20.10.2020).

Chu Daye. Chinese Visitors Put off by Arrest of Huawei Exec. *Global Times*. URL: <https://www.globaltimes.cn/content/1131605.shtml> (дата обращения: 20.10.2020).

Connor L. 'They only go to Chinese shops': Why Cambodia's Influx of Mainland Tourists Is Causing Tensions. *South China Morning Post*. URL: <https://www.scmp.com/week-asia/society/article/2180257/they-only-go-chinese-shops-why-cambodias-influx-mainland-tourists> (дата обращения: 20.10.2020).

Crackdown on 'zero dollar' tourism. *Daily Express*. URL: <http://dailyexpress.com.my/news.cfm?NewsID=129303> (дата обращения 20.10.2020).

Selected Statistics. *World Tourism Organization*. URL: <https://www.unwto.org/country-profile-outbound-tourism> (дата обращения: 20.10.2020).

Selected Statistics on Chinese Tourism. *TravelChinaGuide*. URL: [https://www.travelchina-](https://www.travelchina-guide.com/tourism/2019statistics/)

[guide.com/tourism/2019statistics/](https://www.travelchina-guide.com/tourism/2019statistics/) (дата обращения: 20.10.2020).

Selected Statistics on Tourist Expenses. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/273127/countries-with-the-highest-expenditure-in-international-tourism/> (дата обращения: 20.10.2020).

Wibawa T. Alipay and 'zero-dollar' packages: How Chinese Tourists Are Reshaping Tourism around the World. *ABC News*. URL: <https://mobile.abc.net.au/news/2018-12-02/how-chinese-tourists-are-reshaping-tourism-around-the-world/10557512> (дата обращения: 20.10.2020).

ИНТЕРВЬЮ / INTERVIEWS

Беседа с П. И. Рысаковой, кандидатом социологических наук, гидом-переводчиком с 20-летним стажем, директором «Лаборатории изучения китайского туризма». Дата проведения интервью 28.09.2020; личный архив автора.

Беседа с В. Н. Баргачевой, председателем Санкт-Петербургской ассоциации гидов-переводчиков китайского языка, заместителем директора «Лаборатории изучения китайского туризма», гидом-переводчиком с 20-летним стажем. Дата проведения интервью 01.10.2020; личный архив автора.

Беседа с Е. М. Бреус, кандидатом исторических наук, гидом-переводчиком с китайским языком с многолетним стажем. Дата проведения интервью 28.09.2020; личный архив автора.

