

Хан Чжихи

Han Ji-Hee

аспирант кафедры культурологии и искусствоведения
Дальневосточного федерального университетаPhD student, Cultural Studies and Art History Department,
Far Eastern Federal University**МЕСТО КУЛЬТУРЫ В ОТРАСЛИ
ТУРИЗМА ЮЖНОЙ КОРЕИ:
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ****THE PLACE OF CULTURE
IN THE TOURISM INDUSTRY OF
SOUTH KOREA: PAST AND PRESENT****Аннотация:**

Основное внимание в работе сфокусировано на истории развития и характеристике современного состояния культурного туризма в Южной Корее. Представлено описание феномена Халлю («корейской волны»), которым обозначается влияние массовой культуры Южной Кореи на культуры других стран. Показано, что культура «корейской волны» выступила важным фактором, способствовавшим повышению привлекательности Кореи как туристской дестинации.

Ключевые слова:

туризм, культура, культурный туризм, история, «корейская волна», Халлю, Республика Корея.

Summary:

The article deals with the history of development and the description of the current state of cultural tourism in South Korea. The author considers the Hallyu phenomenon ("Korean Wave"), which means the influence of South Korean mass culture on the culture of other countries. The author believes that the culture of the Korean wave is an important factor contributing to increased attractiveness of Korea as a tourist destination.

Keywords:

tourism, culture, cultural tourism, history, "Korean Wave", Hallyu, Republic of Korea.

Туризм Южной Кореи имеет достаточно длительную историю. Ранний этап его развития можно отнести ко времени существования государства Силла (57 г. до н. э. – 935 г.). Тогда были распространены обучающие поездки для аристократии (групповое обучение хваранов – юношей 14–15 лет, которые отбирались особым образом с целью последующего их обучения и воспитания), поездки руководящих чиновников в регионы с инспекциями. Сдача экзаменов, церковная деятельность также предполагали перемещения по территории государства. Это были мелко-масштабные индивидуальные поездки, которые могут быть охарактеризованы как особые путешествия представителей отдельных классов, предпринятые с определенными политическими, дипломатическими и военными целями.

В поздний период государства Корё (XIII–XIV вв.) и ранний период государства Чосон (XIV–XV вв.) зародилась концепция выездного туризма, что было связано с увеличением числа путешественников, посещающих соседние Китай и Японию. В поздний период государства Корё ученые и духовные лица, ездившие в Китай, составляли так называемые «путевые заметки». Ученый раннего периода эпохи Чосон Со Го Чжон в своей книге «Сагачжип» объясняет значение слова «туризм» как «смотреть на свет других стран». В содержание данного понятия входит знакомство с культурой, обычаями, природой другой страны или региона. Из этого можно сделать вывод, что концепция выездного туризма в исследуемом регионе установилась уже в конце эпохи государства Корё и ранний период эпохи Чосон, то есть около 600 лет назад.

Для жителей провинций поездка в Сеул была делом настолько нечастым, что даже появилось образное выражение «посещение Сеула». Хансон (название города Сеула во времена Чосон), где находился дворец императора, являлся излюбленным местом посещения граждан государства Чосон. Горячие источники, которые также являлись популярными объектами дестинации, могут быть отнесены к сфере медицинского туризма, направленного на лечение дерматологических заболеваний или артритов. Еще одной разновидностью раннего туризма в Корее можно назвать походы в горы, которые совершались с целью духовного самосовершенствования. В соответствии с конфуцианской системой ценностей они были направлены на то, чтобы познать прекрасные места в стране и набраться спокойствия. Ученые эпохи государства Чосон в горах занимались духовными практиками или писали стихи [1]. Приверженцы движения «сирхак» во время подобных путешествий не только любовались красотами родной земли, но и собирали материал для создания трудов о Корее, что способствовало развитию науки и культуры. Здесь следует упомянуть мастеров пейзажа Син Ви и Нам Ке У, автора трудов по исторической географии Чон Як Ён [2].

В эпоху Чосон, когда конфуцианство достигло своего высшего расцвета, широкое распространение получил выездной туризм в Китай. Вместе с тем в этот период люди, которые выезжали за пределы страны, были редкостью. Возможность выехать в Китай или Японию имели только ком-

мерсанты, занимавшиеся внешней торговлей, дипломаты и переводчики. Путешествия по знаменитым местам страны остались привилегией небольшого числа граждан и в период аннексии Кореи Японией, и после восстановления ее независимости. Такая ограниченность туризма имела в основном экономические причины, но одним из ключевых факторов можно также назвать ограниченность средств передвижения. В эпоху Чосон основными средствами передвижения были лошади и паланкин, но и ими могли пользоваться только избранные слои общества [3].

После Второй мировой войны в 1961 г. правительство для привлечения туристов из-за рубежа приступило к строительству крупных туристических комплексов, предназначенных для отдыха, развлечения и проживания. В апреле 1975 г. корейское правительство издало Закон о поддержке строительства туристических комплексов.

Важнейшим событием, способствовавшим подъему туристической отрасли в стране, стали XXIV Летние Олимпийские игры 1988 г. в Сеуле. В Корею приехало 200 млн иностранных туристов [4]. В 2002 г. во время проведения чемпионата мира по футболу Корею посетило 139 600 туристов [5]. Это время является периодом организованного крупномасштабного туризма. Туризм превратился в социальный феномен за счет использования свободного времени граждан всех слоев, включая средний класс и простых людей, и широкого стимулирования их деятельности. Благодаря активному содействию общественных организаций и государства компании, стремясь получить прибыль, одновременно способствовали достижению общегосударственных целей, придавая туризму комплексную форму, в конечном итоге вобравшую в себя коммерческую и общественную составляющие.

На рубеже XX–XXI вв. экономика Кореи серьезно изменилась. Настало время креативной экономики. В это время мир вступил в интенсивную конкурентную борьбу за расширение культурной территории.

Слово «культура» произошло от латинского *cultus* – ‘поклонение’ и вначале использовалось в основном значении ‘культивация земель’. Позднее понятие «культура» применялось в качестве смежной концепции и формировало связь с понятием «хорошая ежедневная работа», подразумевавшим умения и способы деятельности человека. И только впоследствии в объем данного понятия вошли такие смыслы, как изысканность, искусство и прочие принципы личной и общественной творческой жизни.

Культурный туризм в Корею, будучи одной из форм культурной деятельности, включает в себя путешествия с целью изучения культуры, участие в культурных фестивалях и других культурных событиях, посещение старинных памятников.

Понятие «Халлю» («корейская волна») означает явление, которое включает в себя массовую культуру Республики Корея, оно приобрело большую популярность во многих странах за пределами Кореи. Слово «Халлю» является заимствованным неологизмом, который был введен в обиход в 1990-х гг. в Китае для обозначения влияния, которое оказывает Корея на культуру других стран. Поначалу Халлю в основном ограничивалось популярностью корейских сериалов в Азии, но потом это понятие расширило музыка в стиле К-поп. Активное распространение Халлю наблюдалось в первой половине 2000-х гг. «Корейская волна» началась с сериалов, таких как «Осенняя сказка» (2000), «Зимняя соната» (2002), «Жемчужина дворца» (2004).

«Великая Чан Гым» – это сериал, транслировавшийся с сентября 2003 г. по март 2004 г., о реально существовавшей простолюдинке по имени Чан Гым, которая стала придворным врачом. Сюжет разворачивается на фоне дворцовой культуры Кореи с подробным представлением характерных черт жизни того периода, описанием еды, одежды, традиционной медицины. «Великая Чан Гым» получила большое признание как в самой Корею, так и за рубежом. Сериал стали показывать в Гонконге, Японии. В Гонконге рейтинг популярности сериала превысил 47 % [6], в Иране – 86 % [7]. В целом «Великая Чан Гым» была экспортирована в 60 стран.

«Великая Чан Гым» стала символом «корейской волны». После выхода на экраны данного телесериала число посетителей национальной деревни Чеджу, где проходили съемки, возросло с 221 017 до 329 215 человек (табл. 1). Число иностранных туристов выросло на 49 %. Популярность телесериала «Великая Чан Гым» способствовала увеличению туристического потока в Корею.

Таблица 1 – Динамика посещения иностранными туристами деревни Чеджу, 2002–2007 [8]

Год	Количество иностранных туристов	Изменение числа иностранных туристов
2002	289 498	–0,2
2003	221 017	–23,7
2004	329 215	49,0
2005	378 723	15,0
2006	460 360	21,6
2007	541 274	17,6

Иностранные туристы посещают места съемок, фотографируются, играют в традиционные корейские игры, самостоятельно готовят и пробуют традиционные корейские блюда, показанные в телесериале «Великая Чан Гым», тем самым непосредственно погружаясь в атмосферу, созданную в телесериале. Здесь можно обжечь изделие в гончарной печи, натянуть тетиву лука, испытать свою меткость, метая стрелы в кувшин, выпить макколи (корейский традиционный алкогольный напиток).

Данный сериал оказал влияние на рекламу, музыку, корейскую еду, производство корейской традиционной одежды. В целом экономический эффект, произведенный сериалом, может быть оценен в 1,119 млн вон [9].

Поклонники «корейской волны», привлеченные телесериалами, также заинтересовались и корейской поп-культурой. Начало этой тенденции было положено песней исполнителя PSY Gangnam Style. Также известными южнокорейскими исполнителями являются БоА, Би, Донбан Синги.

«Синдром PSY» поведаль миру о Южной Корее. В словаре корейского языка слово «синдром» объясняется как явление, которое захлестывает, подобно эпидемии. Популярность данного исполнителя уже превысила простую известность и может оцениваться именно как синдром. «Синдром PSY» распространил песню PSY по всему миру. Ветер «корейской волны» заставил танцевать весь мир, не стала исключением и Россия. На церемонии награждения самой большой российской музыкальной премии «Муз-ТВ 2013», которая проходила в Москве, специальную награду за мировой хит получила мировая звезда PSY. За месяц до награждения более 1,5 тыс. фанатов PSY, мужчины и женщины, устроили флешмоб, станцевав на стадионе Олимпийский танец Gangnam Style [10].

«Корейская волна» наполнила теплом души русских людей. Люди по всему миру очарованы корейской культурой и поэтому приезжают в Корею. Президент США Барак Обама в 2013 г. во время саммита сказал, что многих людей в мире в настоящее время привлекает культура Республики Корея, а также упомянул, что дочери научили его танцу Gangnam Style [11].

Благодаря композиции Gangnam Style район Каннам стал мировым туристическим объектом. В 2013 г. количество иностранных туристов, посетивших Каннам, достигло 5 млн человек (табл. 2).

Таблица 2 – Динамика посещения иностранными туристами Каннама, 2012–2015 [12]

	2012	2013	2014	2015
Число иностранных туристов, посетивших Каннам	1 310 000	5 023 000	6 105 000	5 828 000

«Корейская волна» ознаменовала собой новую эпоху корейской культуры, и на нее откликнулся весь мир. Распространенное ранее представление о Корее как маленькой стране изменилось: сейчас Корея является привлекательной туристской дестинацией. Повысилась ценность бренда Южной Кореи, а также возросла гордость корейцев за свою страну.

Если национальная конкурентоспособность экономики определяется уровнем экономического развития государства, то туризм зависит от культуры страны. Для организации более качественной туристической деятельности сегодня открываются новые туристические направления, обладающие особыми, индивидуальными характеристиками даже в условиях массового туризма. Такой туризм можно назвать туризмом нового вида, основными чертами которого являются разнообразие и наличие индивидуальных признаков. Культурный туризм, вне всяких сомнений, может быть признан туризмом нового вида. Доказательством высокой степени влияния культурного туризма на развитие туристической отрасли государства в целом является опыт Южной Кореи.

Ссылки и примечания:

1. Национальная организация туризма Кореи. Полвека туризма подняло ценность Республики Кореи [Электронный ресурс]. С. 21. URL: http://tong.visitkorea.or.kr/ktobiz/upload/public/50th/KTO_50th_16-113.pdf (дата обращения: 11.10.2016).
2. Идеиное течение «сирхак» [Электронный ресурс] // Всемирная история. Энциклопедия. Т. 6 / под ред. Н.А. Смирнова. М., 1959. URL: <http://historic.ru/books/item/f00/s00/z0000036/st384.shtml> (дата обращения: 12.11.2016).
3. Национальная организация туризма Кореи. С. 22–23.
4. 조배행. 88서울 올림픽의 관광에 대한 연구. 서울, 1999. 22 с. = Чон Бэ Хен. Исследование влияния Олимпийских игр 1988 г. на развитие туризма. Сеул, 1999. 22 с.
5. 강인호. 2002 한일월드컵과 스포츠관광 // 啓明大學校産業經營研究所 – 2002. 제 37권 제 1호. С. 365 = Кан Ин Хо. Корея – Япония: Чемпионат мира по футболу 2002 г. и спортивный туризм // Республика Корея – 2002. Т. 37, № 1. С. 365.
6. 윤흥근. 한국방송사. 서울, 2013. С. 25 = Юн Хон Гын. Корейская телеведущая корпорация. Сеул, 2013. С. 25.

7. 김성수. 시각문화대표콘텐츠. 서울, 2014. С. 63 = Kim Сон Су. Актуальный представительский культурный контент. Сеул, 2016. С. 63.
8. Таблица 1 составлена по данным Туристической ассоциации автономной провинции Чеджу.
9. 김평수, 윤희근, 장규수. 문화콘텐츠산업론. 대한민국, 2016 = Kim Пхён Су, Юн Хон Гын, Чан Гю Су. Теория промышленности культурного контента. Сеул, 2016. С. 64.
10. 싸이와 함께 한 모스크바 '강남스타일' 플래시몹...1,500명 '말춤' 들썩- Russia포커스 출처: Russia포커스 [Электронный ресурс] = 1500 человек приняли участие в флешмобе, посвященном Gangnam Style PSY. URL: http://russiafocus.co.kr/multimedia/pictures/2013/06/08/1500_42237 (дата обращения: 02.10.2016).
11. 오바마 아이들이 강남스타일 가르쳐줘 [Электронный ресурс] = Дети Обамы научили его танцевать Gangnam Style. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8r23SQ3O8Nw> (дата обращения: 02.10.2016).
12. Таблица 2 составлена по данным Департамента туризма Каннама.

References:

- Smirnov, ON (ed.) 1959, 'Ideological currents "sirhak"', *World History. Encyclopedia*, vol. 6, Moscow, viewed 12 November 2016, <<http://historic.ru/books/item/f00/s00/z0000036/st384.shtml>>, (in Russian).
- 조배행. 88서울 올림픽의 관광에 대한 연구. 서울, 1999. 22 p, (in Korean).
- 강인호. 2002 한일월드컵과 스포츠관광 // 啓明大學校産業經營研究所 – 2002. 제 37권 제 1호. p. 365, (in Korean).
- 윤희근. 한국방송사. 서울, 2013. p. 25, (in Korean).
- 김성수. 시각문화대표콘텐츠. 서울, 2014. p. 63, (in Korean).
- 김평수, 윤희근, 장규수. 문화콘텐츠산업론. 대한민국, 2016, (in Korean).
- 싸이와 함께 한 모스크바 '강남스타일' 플래시몹...1,500명 '말춤' 들썩- Russia포커스 출처: Russia포커스, (in Korean).
- 오바마 아이들이 강남스타일 가르쳐줘, (in Korean).