

УДК 7.06, 7.08, 379.85

Особенности туризма, культуры и творческого дизайна в Хэйхэ (Китай)

Вэй Синьсинь

Магистр, преподаватель,
Колледж Хэйхэ,
164300, Китай, Хэйлунцзян, Хэйхэ;
e-mail: 351587399@qq.com

Ван Юйюнь

Профессор, преподаватель,
Колледж Хэйхэ,
164300, Китай, Хэйлунцзян, Хэйхэ;
e-mail: 351587399@qq.com

Исследование проведено в рамках проекта GJB1422650 провинциального научно-образовательного плана на 2022 год «Сравнительное исследование дизайна и преподавания китайско-российских туристических культурных и креативных товаров в регионе Хэйлунцзян».

Аннотация

Хэйхэ находится на границе Китая с Россией, что делает его важным центром международного сотрудничества и обмена. Это способствует развитию туризма и культурного взаимодействия между странами, особенно в условиях растущего интереса к культурному обмену и глобализации. Туризм является одним из драйверов экономического роста региона. Изучение туризма в Хэйхэ позволяет выявить новые возможности для привлечения туристов, что, в свою очередь, способствует созданию рабочих мест, развитию инфраструктуры и повышению уровня жизни местного населения. Хэйхэ обладает богатым культурным наследием и многообразием, что делает его уникальным объектом для изучения. Исследование культурных аспектов региона помогает сохранить и популяризировать его культурное наследие, а также способствует пониманию межкультурных связей. В условиях современного мира креативные индустрии играют все более значимую роль в развитии регионов. Изучение творческого дизайна в Хэйхэ открывает перспективы для инноваций и креативных решений, которые могут повысить привлекательность региона, как для туристов, так и для инвесторов. В статье представлены особенности туризма, культуры и творческого дизайна в Хэйхэ, исследованы визуальные символы туризма в регионе Хэйхэ, принципы разработки туристических, культурных и творческих товаров в регионе Хэйхэ.

Для цитирования в научных исследованиях

Вэй Синьсинь, Ван Юйюнь. Особенности туризма, культуры и творческого дизайна в Хэйхэ (Китай) // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 4А. С. 37-46.

Ключевые слова

Хэйхэ, Китай, региональная культура, туризм, культура, творческий дизайн, межкультурный обмен.

Введение. Текущая ситуация с туризмом и культурным творчеством в Хэйхэ

Китайский город Хэйхэ примыкает к Амурской области России и находится через реку Хэйлунцзян от города Благовещенска, столицы Амурской области и третьего по величине города на Дальнем Востоке России. Будучи приграничным городом, он обладает естественными географическими преимуществами, поэтому в нем совершается культурный обмен между Китаем и Россией. Так, в 2019 году город Хэйхэ провел серию международных конкурсов по культуре льда и снега «Год влюбленности в Китай», а также Национальную выставку и конференцию по развитию туризма в 2020 году. В последние годы туристов становится все больше, а рынок товаров культуры и творчества является достаточно перспективным [Дикорастущие лекарственные растения Хэйхэ, 2013; Чжао, 2018].

В ходе исследования рынка туристических, культурных и творческих товаров в регионе Хэйхэ были использованы метод наблюдения, метод опроса и метод интервью. В результате исследования было установлено, что основным видом туризма в регионе Хэйхэ является выездной туризм. Также туристы покупают местные товары. Было выявлено, что культурные, исторические и фольклорные концепции недостаточно интегрированы с туристическими товарами или даже не имеют к ним никакого отношения, ориентируясь только на потребности туристов. Типы сувениров схожи и им не хватает креативности; каналы продвижения и методы рекламы одинаковые, а имидж туристической компании не формируется. Упаковка товаров простая, бренд не сформирован [Цзян, Чжан, 2021; Ю, 2018].

Туризм и шоппинг с китайской и российской спецификой в основном сосредоточены на товарах питания, меховых изделиях и т.д. Культурными сувенирами являются матрешки, изделия из олова, картины из агата и янтаря, изделия из лака, русские картины маслом, которые являются дорогими и неудобными в транспортировке. Изготовление изделий из бересты и росписи на рыбьей коже в качестве туристических, культурных и творческих сувениров началось совсем недавно. При этом процесс изготовления и внедрения новых товаров являются достаточно длительными.

Таким образом, развитие туристического, культурного и творческого товарного рынка в регионе Хэйхэ имеет большие перспективы, но дизайн товаров необходимо совершенствовать. Генеральный секретарь Си Цзиньпин подчеркнул необходимость «спрашивать с людей», то есть быть ориентированным на решение проблем, мудро решать их, жить разумной жизнью и мудро проектировать [Сюй, 2023].

Исследование визуальных символов туризма в регионе Хэйхэ

Региональные символы Хэйхэ в основном относятся к невербальным символам, которые могут отражать особенности этого города. Например, это может быть любой символ, который передает впечатление от Хэйхэ. Такие символы несут в себе региональную культуру Хэйхэ и обладают неповторимым шармом. Природные ландшафты, исторические памятники, народные обычаи в культуре региона Хэйхэ преобладают. Это может стать неиссякаемым источником

творческого вдохновения для разработки туристических, культурных и творческих товаров, что способно повысить общий уровень развития культуры в регионе Хэйхэ.

Природные пейзажи. Хэйхэ имеет крупнейший государственный лесной массив в провинции Хэйлунцзян, общая протяженность которого составляет 385 км. Для Китая это важное окно в Россию. Лесной массив Хэйхэ также является местом распространения и обогащения флоры большого и малого Шинганлингов, а также садом диких животных и растений. В настоящее время городской партийный комитет Хэйхэ и муниципальное правительство сосредоточились на реализации стратегии «экологического развития и озеленения». Экологический и красивый Хэйхэ становится предметом общего стремления жителей города.

Визуальные образы-символы природных ландшафтов для туризма можно классифицировать по семи категориям: географическое положение, рельеф, климат, водная система, почва, растительность и животные (рис. 1).

Таблица 1 - Классификация символов визуального образа природных ландшафтов для туризма района Хэйхэ

Признак классификации	Символы
Географическое положение	широта и долгота, карта, 2 города, 3 округа, 1 район, фермы, лесные хозяйства, природные заповедники
Рельеф	Северо-Восточная равнина, горный хребет Синаньлин, вулканические породы, Большой каньон Цзиньхэ и др.
Климат	Много света, четко выражены четыре времени года
Водная система	Хэйлунцзян и Нэньцзян - две основные водные системы, болотистые угодья, озера с холодными минеральными источниками Удалянчи. Рыба: три цветка, пять Луо, восемнадцать семян и другая
Почва	чернозем, почва из вулканического пепла и сельскохозяйственные культуры: соя, кукуруза, рис и др.
Растительность	Растительность можно разделить на пять типов: лес, чащоба, луг, болото, луговой пруд. Например: Рододендрон Хуасинган города Хэйхэ, пруд с травой Ухуа, облепиха, лимонник, календула боковая, Дусян, черника Тук Си, березовый лес, лиственница Шинган и т.д.
Животные	благородный олень, косуля, соболь, белки, тетерева, зимние и летние перелетные птицы и др.

Туристические достопримечательности являются основой для построения мирового туризма. Каждая достопримечательность имеет уникальные региональные особенности. Известными туристическими достопримечательностями в районе Хэйхэ являются: Живописный район Удалянчи, живописная дорога Цзуймэй 331, Китайско-русский парк в этническом стиле, Международный горнолыжный курорт долины Хунхэ, Музей образованной молодежи Хэйхэ, Международный автомобильный центр Китая Айхун. Лагерь, Древний город Айхунь, Исторический выставочный зал Айхунь, База кино и телевидения Чжуан Гуандун, Мостовой парк Хэйлунцзян, Живописный район на большой платформе Сюнке, Большой каньон Цзиньхэ, Торговая палата Хэйхэ, Исторический выставочный зал Ма Чжаньшань, поселок в этническом стиле Орочен, маньчжурский городок Сиджияцзы, этнический городок Кун Хедаур, Зарубежные китайцы Мемориальный зал в России, Музей военных руин Бэйань Цинхуа, Хоккейный зал Бэйань, остров Дахэйхэ, Дацзецзян, павильон Куйсин, Колледж Хэйхэ, улица в стиле «Ночь Хайланя», сад для сбора клубники, Живописный район озера Ямагути,

заболоченный лес на реке Дачжань, живописный район озера Вуниу, архитектура, скульптуры, выставленные на всеобщее обозрение культурные реликвии и т.д. Эти достопримечательности могут быть использованы в качестве визуальных элементов-символов для культурного и творческого дизайна товаров.

Культура. Люди являются не только онтологией создания культуры, но и носителями культуры. Постоянное население Хэйхэ составляет 1,6739 миллиона человек (данные шестой национальной переписи населения 2010 года). Личность и общественная деятельность жителей Хэйхэ создали характерную культуру региона Хэйхэ. Ван Янмин в Династии Минг писала в своей биографии: «Когда вы не видите этот цветок, ваше сердце молчит. Когда вы смотрите на этот цветок, его цвет на какое-то время становится ясным».

Регион Хэйхэ в представлении туристов – это Дацзисян весной, реки летом, горы Ухуа осенью, белый снег зимой, стада крупного рогатого скота и овец, рисовые поля, пшеничные поля, кукуруза и подсолнухи, а также культура этнических меньшинств, китайцев и русских, культура образованной молодежи, культура Шингана, культура льда и снега, народная культура.

Музей интеллектуальной молодежи Жуйхуэй является одной из баз национального патриотического воспитания. В нем есть шесть выставочных залов, например, «Путешествие в северную пустошь» и «Сияющая молодость», которые отражают дух интеллектуальной молодежи, у которой есть мужество упорно трудиться и самосовершенствоваться (таблица 2).

Таблица 2 - Классификация символов визуального образа в соответствии с культурой в районе Хэйхэ

Признак классификации	Символы
Культура этнических меньшинств	Маньчжурская культура: тотемы, драмы маху, маски, маньчжурские костюмы, культура орлов, вышивка, изделия ручной работы, традиционные маньчжурские узоры и т.д. Национальная культура орочен: культура оленей, Чжо Луоцзы, головные уборы оленей и другие ороченские костюмы. Традиционные праздники и т.д., песни: благословение горного бога, высокий Синганьлин и т.д. Национальная культура дауров: фестиваль кумуле, рисунки животных, растений, геометрические узоры и т.д. на костюмах В дополнение к основным маньчжурам, ороченам и даурам, существуют также традиционные этнические меньшинства, такие как хуэй и монголия.
Китайско-русская культура	архитектура, товары питания, российские товары: матрешки, изделия из олова, роспись по лаку, янтарию, русские картины маслом, китайские пейзажи со льдом и снегом, русские ювелирные украшения, традиционные китайские узоры, традиционные русские орнаменты и т.д.
Молодежная культура	Духовный стиль, образ персонажа, романы, кино- и телевизионные драмы образованного молодого культурного поколения и т.д.
Культура и история Сингана	исторические личности: генерал Сабусу, Ван Су, Ма Чжаньшань, аллюзии, народные сказки, антисоюзные выступления на Северо-Востоке, литературное творчество, поэзия, природные пейзажи, иней и т.д.
Наследие народной культуры	Поделки из бересты, рыбьей кожи. Народные развлечения на Северо-востоке Китая, такие как вращение двух человек и скручивание Янко. Специальные фестивали: такие как фестиваль Айхун Шаньюань, фестиваль Айхун Цинлун, фестиваль золотой премии Айхун, Двадцать четыре солнечных месяца, фольклор и т.д. Циши Вэньвань: Агат, нефрит Шухуа, янтарь

Признак классификации	Символы
	Северо-восточный диалект: например, язык ингернет-знаменитостей звучит так «Брат, что ты делаешь, выходишь на улицу (и т.д.)»
Культура льда и снега	Замороженная еда, ледяная скульптура, снежные скульптуры, зимнее плавание, ледовые и снежные виды спорта, развлекательные игры на льду и в снегу, ледяные и снежные костюмы, фестиваль тест-драйвов, международный конкурс ледовой и снежной культуры и т.д.

Следовательно, регион Хэйхэ обладает уникальным культурным наследием, богатыми ресурсами и органичной культурой, специализированными товарами, которые также являются важной средой формирования туристического имиджа.

Фирменное блюдо района Хэйхэ. В таблице 3 представлена классификация символов визуального образа фирменного блюда района Хэйхэ.

Таблица 3 - Классификация символов визуального образа фирменного блюда района Хэйхэ

Признак классификации	Символы
Гриб	Шаньчжэнь, гриб с головой обезьяны, лесной орех и т.д.
Сухофрукты	фундук, орехи pekan, кедровые орехи, черника, клоква, брусника, крупноплодная облепиха, черная смородина и др.
Зерновые	соевые бобы, рис, мука, кукуруза
Минеральная пища	Минеральная вода из минерального источника, соевые товары из минерального источника, рыба из минерального источника, яйца из минерального источника, ликер из минерального источника, маска для лица из минерального источника и т.д.
Вино	местное зерновое Сяояо, черничное, облепиховое и другие фруктовые вина
Рыба	Морской лосось, икра и другие рыбные товары
Товары для здоровья	грибковые полисахариды, крупноплодное облепиховое масло, соевые пептиды, таблетки с женьшеневым медом и др.
Мед	лесной, фермерский
Российские товары	российские конфеты, молочные товары, шоколад, российский табак и алкоголь, одежда и т.д.

Принципы разработки туристических, культурных и творческих товаров в регионе Хэйхэ

В процессе разработки региональных культурных и творческих товаров необходимо учитывать реальную ситуацию на рынке, а концепция развития должна быть оптимизирована для удовлетворения реальных потребностей покупателей. В частности, следует придерживаться следующих принципов [Ли, 2015; Liang, www]:

1) Региональный принцип. Важно, чтобы дизайн туристических, культурных и творческих товаров демонстрировал очевидную региональную специфику, содержал богатые региональные культурные коннотации, демонстрировал уникальные культурные особенности, обладал высокой степенью узнаваемости и способствовал тому, чтобы общий имидж региона был более самобытным. Провинция Хэйлуцзян сформировала уникальную региональную культуру в процессе своего развития. При разработке культурного творчества и визуального дизайна

товаров должны быть включены различные региональные культурные элементы [Yan, Xiaoli, 2020]. Это не только помогает создавать культурные и творческие товары с местными особенностями, трансформировать и модернизировать оригинальные товары, но также гарантирует, что культурные и творческие товары соответствуют эстетическим предпочтениям и эмоциональным потребностям покупателей, что играет важную роль в продвижении региональной культуры [Сюзь, Чжоу, 2022].

2) Эстетические принципы. В процессе разработки региональных культурных и творческих товаров следует обеспечить, чтобы они обладали хорошей эстетикой и учитывали функциональную эстетику, чтобы создавать практическую ценность товара, его способность удовлетворять реальные потребности пользователей, оптимизировать их собственные функции для повышения конкурентоспособности товара. Эстетика внешнего вида также находится в центре внимания. Поэтому товары должны иметь привлекательный внешний вид (форма, цвет и т.д.) для потребителей.

3) Эмоциональный принцип. В своей книге «Психология дизайна – эмоциональный дизайн» Норман говорит: «Определенные ситуации, люди, места и события обладают особым значением и эмоциями. Это наши связи с самими собой, нашим прошлым и нашим будущим. Когда что-то может принести счастье людям, когда это становится неотъемлемой частью нашей жизни. И когда то, как мы взаимодействуем с этим, может помочь нам найти свое место в обществе и мире, у нас появляется любовь. Дизайн является частью этого уравнения, но ключевым моментом является личное взаимодействие. Когда характеристики объекта делают его частью нашей повседневной жизни, когда он усиливает наше удовлетворение, рождается любовь». Таким образом, добавление принципов эмоционального дизайна в концепцию дизайна может повысить ценность культурных и творческих товаров.

4) Социальные принципы. В соответствии с текущим рыночным спросом взаимодействие между людьми обычно основано на дарении подарков как средстве коммуникации. Уникальные товары, такие как товары фестиваля середины осени, фестиваля лодок-драконов и др., предназначены для содействия эмоциональному обмену между людьми.

5) Четыре принципа создания. Основным видом туризма в Хэйхэ является осмотр достопримечательностей. Виды и ассортимент традиционных туристических сувениров невелики, в основном производятся местные товары. Однако культурные, исторические и фольклорные концепции недостаточно интегрированы с существующими туристическими товарами или даже не имеют с ними ничего общего. Каналы продвижения и методы рекламы тоже одинаковы, и туристический имидж еще не сформирован. Процесс и цикл продвижения новых товаров длительный, а стиль дизайна срочно нуждается в улучшении, поэтому предлагаются четыре этапа. Во-первых, проявить творческий подход. Во-вторых, создать творческий образ. В-третьих, добавить инновационные характеристики. В-четвертых, добавить творческих воспоминаний.

Культурный и творческий дизайн и туризм, интегрированные в региональную культуру

После определения содержания и направленности дизайна было исследовано культурное и творческое развитие, начиная с создания эскизов и заканчивая определением плана, а затем созданием визуализаций. Была завершена серия разнообразных проектов, некоторые из них были представлены на конкурс и показали хорошие результаты. Ниже представлены работы для примеров.



Рисунок 1 - Студенческие работы Шаньчжэня по специальности дизайн упаковки

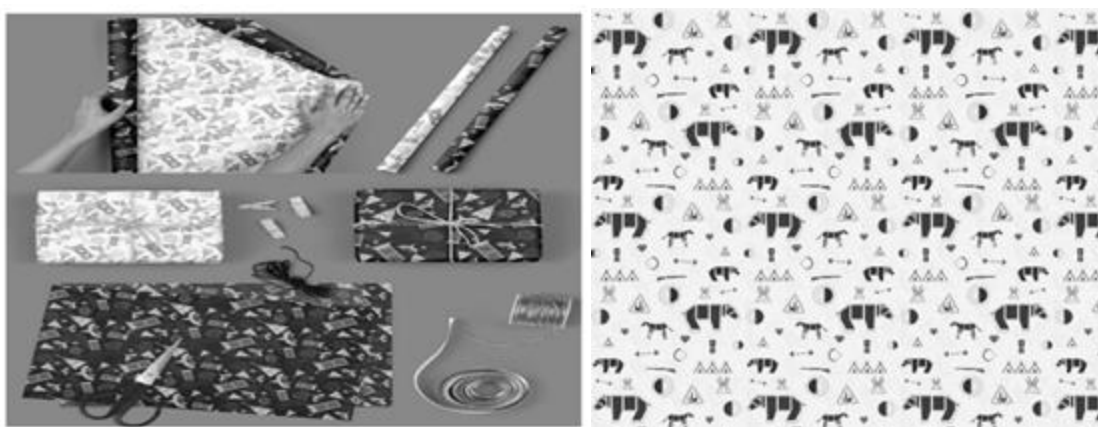


Рисунок 2 - Дизайн подарочной бумаги Russian Fort movement, в китайском и русском стиле



Рисунок 3 - Серия товаров «Благословение горного бога», посвященная культуре и творчеству

Получены выводы, что в Хэйхэ дизайн товаров осуществляется по десяти направлениям: нематериальное культурное наследие, дизайн подарочной бумаги, культурные и креативные товары, благословения горного бога, значки в области культуры и творчества, открытки, чехлы

для мобильных телефонов, индивидуальные серии, дизайн специальной упаковки, виртуальные бренды, а также культурные и креативные товары ручной работы [Ай, 2011].

Заключение

Таким образом, знакомство с культурным и творческим дизайном туризма в Хэйхэ – это не только углубленное изучение региональной культуры, но и повторное открытие уникального очарования этого города. Благодаря интеграции региональных культурных элементов туристические, культурные и творческие товары Хэйхэ не только способствуют распространению культуры, но и значительно обогащают опыт туристов. Реализация этой дизайнерской концепции не только придала новый импульс развитию туризма в Хэйхэ, но и предоставила ценный опыт другим регионам. Благодаря постоянным исследованиям и инновациям, авторы предлагают сочетать региональную культуру с современными дизайнерскими концепциями, развивать культурные и творческие таланты и представлять более разнообразные культурные и творческие товары для туризма в Хэйхэ. Это необходимо, чтобы показать большему количеству людей культурное наследие и уникальные природные пейзажи этого региона, развивая культурный туризм в Хэйлунцзяне.

Библиография

1. Ай С. Исследование стратегии развития туризма на границе с Хэйхэ // Корпоративные исследования (теоретическое издание). 2011. № 4. С. 113-113.
2. Дикорастущие лекарственные растения Хэйхэ. Издательство Северо-Восточного университета лесного хозяйства, 2013. 122 с.
3. Ли Ч. Размышления о развитии туристической индустрии Хэйхэ // Журнал Хэйхэ. 2015. № 11. С. 12-13.
4. Сюй Ж. Исследование использования региональных культурных символов в культурном и креативном дизайне // Шанхайская упаковка. 2023. № 5. С. 126-128.
5. Сюэ Ц., Чжоу Я. Исследование туристического культурного и креативного дизайна с точки зрения региональной культуры // Исследование художественного образования. 2022. № 1. С. 114-115.
6. Цзян С., Чжан Д. Анализ креативных идей и методов проектирования туристических культурных и креативных товаров // Путешествия и фотография. 2021. № 8. С. 45-46.
7. Чжао В. Редкие и находящиеся под угрозой исчезновения дикие животные и растения в городе Хэйхэ. Science Press, 2018. 85 с.
8. Liang J. Thriving tourism brings prosperity to China's border city of Heihe. URL: <http://en.people.cn/n3/2024/0312/c98649-20144163.html>
9. Yan Z., Xiaoli Z. Research on the Development Model of Cultural and Creative Industry of Tourism in Wudalianchi Scenic Area in Heilongjiang Province // 2020 International Conference on Management, Economy and Law (ICMEL 2020). 2020. P. 199-204.
10. Yu Sh. Analysis of Modeling Language and Visual Culture of Russian Tourist Souvenirs Taking Heihe Russian Tourist Souvenirs as an Example // 2018 4th International Conference on Education & Training, Management and Humanities Science (ETMHS 2018). 2018. P. 435-438.

Features of tourism, culture and creative design in Heihe (China)

Wei Xinxin

Master's Degree, Lecturer,
Heihe College,
164300, Heihe, Heilongjiang Province, China;
e-mail: 351587399@qq.com

Wei Xinxin, Wang Yuyun

Wang Yuyun

Professor, Lecturer,
Heihe College,
164300, Heihe, Heilongjiang Province, China;
e-mail: 351587399@qq.com

Abstract

Heihe is located on China's border with Russia, which makes it an important center for international cooperation and exchange. This contributes to the development of tourism and cultural interaction between countries, especially in the context of growing interest in cultural exchange and globalization. Tourism is one of the drivers of the region's economic growth. Studying tourism in Heihe makes it possible to identify new opportunities for attracting tourists, which, in turn, contributes to job creation, infrastructure development and improving the standard of living of the local population. Heihe has a rich cultural heritage and diversity, which makes it a unique place to explore. The study of the cultural aspects of the region helps to preserve and popularize its cultural heritage, as well as contributes to the understanding of intercultural relations. In the modern world, creative industries are playing an increasingly important role in the development of regions. Studying creative design in Heihe opens up prospects for innovation and creative solutions that can increase the attractiveness of the region, both for tourists and investors. The article presents the features of tourism, culture and creative design in Heihe, examines the visual symbols of tourism in the Heihe region, the principles of developing tourist, cultural and creative goods in the Heihe region.

For citation

Wei Xinxin, Wang Yuyun (2024) Osobennosti turizma, kul'tury i tvorcheskogo dizaina v Kheikhe (Kitai) [Features of tourism, culture and creative design in Heihe (China)]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (4A), pp. 37-46.

Keywords

Heihe, China, regional culture, tourism, culture, creative design, intercultural exchange.

References

1. Ai S. (2011) Study of tourism development strategy on the border with Heihe. *Corporate research (theoretical publication)*, 4, pp. 113-113.
2. Jiang S., Zhang D. (2021) Analysis of creative ideas and methods for designing tourist cultural and creative goods. *Travel and photography*, 8, pp. 45-46.
3. Li Ch. (2015) Reflections on the development of the Heihe tourism industry. *Heihe Journal*, 11, pp. 12-13.
4. Liang J. *Thriving tourism brings prosperity to China's border city of Heihe*. Available at: <http://en.people.cn/n3/2024/0312/c98649-20144163.html> [Accessed 04/04/2024]
5. (2013) *Wild medicinal plants of Heihe*. Northeastern University of Forestry Press.
6. Xu Zh. (2023) Research on the use of regional cultural symbols in cultural and creative design. *Shanghai Packaging*, 5, pp. 126-128.
7. Xue Q., Zhou Ya. (2022) Research of tourism cultural and creative design from the point of view of regional culture. *Research of art education*, 1, pp. 114-115.
8. Yan Z., Xiaoli Z. (2020) Research on the Development Model of Cultural and Creative Industry of Tourism in Wudalianchi Scenic Area in Heilongjiang Province. In: *2020 International Conference on Management, Economy and Law (ICMEL 2020)*.
9. Yu Sh. (2018) Analysis of Modeling Language and Visual Culture of Russian Tourist Souvenirs Taking Heihe Russian

Features of tourism, culture and creative design in Heihe (China)

Tourist Souvenirs as an Example. In: *2018 4th International Conference on Education & Training, Management and Humanities Science (ETMHS 2018)*.

10. Zhao W. (2018) *Rare and endangered wild animals and plants in Heihe City*. Science Press.