

І. М. ЛЕБЕДЄВА

кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри психології і туризму,

Київський національний лінгвістичний університет (Україна, Київ)

e-mail: iryna.lebedieva@knlu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4214-7302>

ІСТОРІЯ ТА ТРАДИЦІЇ КИТАЙСЬКИХ НАЦІОНАЛЬНИХ СВЯТ ЯК ЧИННИКИ АКТИВІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Анотація

Метою статті є дослідження історії і традицій китайських національних свят з точки зору визначення їх як чинників активізації міжнародного туризму в країні. **Методологічною основою** дослідження є принципи наукового об'єктивізму та історизму. В ході дослідження використовувалися передусім універсальні методи наукового пізнання – аналізу, синтезу, індуктивний, дедуктивний, описовий та ін. Серед спеціальних методів наукових досліджень слід згадати історико-хронологічний, який допоміг розглянути процес відновлення туристичної галузі КНР після пандемії у динаміці. Геополітичний метод допоміг при визначенні місця Китаю у сучасному світі. **Наукова новизна.** Здійснено аналіз використання нематеріальної культурної спадщини Китаю, зокрема календарних свят народу, як важливого інструменту “м’якої сили”, у тому числі з метою розвитку міжнародного туризму. **Результати дослідження.** Зовнішня політика КНР спрямована на досягнення державою лідерських позицій у світі. При реалізації цієї мети китайське керівництво активно спирається на інструменти “м’якої сили”. Важливе значення у цьому контексті набуває розвиток міжнародного туризму, який крім вирішення економічних завдань, сприяє покращенню міжнародного іміджу держави. З метою швидкого відновлення галузі після пандемії закінчення COVID-19 уряд Китаю здійснив низку заходів. Особливе місце у цій стратегії належить нематеріальній культурній спадщині народу. Китайські календарні свята відрізняються самобутністю й оригінальністю, а тому є важливим туристичним ресурсом держави. Серед них особливе місце посідають Свято весни та Свято човнів-драконів, які визнані ЮНЕСКО за шедеври нематеріальної спадщини людства. Успіху програми відновлення туристичної сфери сприяли також традиції збиратися у ці дні всією родиною, характерні для китайського соціуму. Ці заходи дали можливість КНР досить швидко відновити внутрішній туризм і зробити важливі кроки на шляху відновлення галузі міжнародних подорожей.

Ключові слова: Китайська Народна Республіка, “м’яка сила”, нематеріальна культурна спадщина, традиційні свята, внутрішній туризм, міжнародний туризм.

THE HISTORY AND TRADITIONS OF CHINESE NATIONAL HOLIDAYS AS FACTORS IN BOOSTING INTERNATIONAL TOURISM

Abstract

The objective of the article is to investigate the history and traditions of Chinese national holidays as factors in boosting international tourism in the country. **The methodological basis** of the study is the principles of scientific objectivism and historicism. The study primarily used universal methods of scientific cognition—analysis, synthesis, inductive, deductive, descriptive, etc. Among the special methods of scientific research, it is worth mentioning the historical-chronological method, which helped to examine the process of recovery of the tourism industry in the PRC after the pandemic in dynamics. The geopolitical method helped to determine China’s place in the modern world. **Scientific Novelty.** The study analyzes the use of China’s intangible cultural heritage, specifically the nation’s calendar holidays,

as a vital instrument of "soft power", including for the purpose of developing international tourism. **Research Results.** The foreign policy of the People's Republic of China (PRC) is aimed at achieving global leadership positions. In pursuing this goal, the Chinese leadership actively relies on "soft power" instruments. In this context, the development of international tourism acquires significant importance; beyond addressing economic objectives, it contributes to improving the state's international image. To rapidly recover the industry following the end of the COVID-19 pandemic, the Chinese government implemented a series of measures. A special place in this strategy is held by the nation's intangible cultural heritage. Chinese calendar holidays are distinguished by their uniqueness and originality, making them a vital state tourism resource. Among them, the Spring Festival and the Dragon Boat Festival occupy a special place, as they are recognized by UNESCO as Masterpieces of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. The tradition of family reunions during these holidays, characteristic of Chinese society, also contributed to the success of the tourism recovery program. These measures enabled the PRC to rapidly restore domestic tourism and take significant steps toward recovering the international travel sector.

Keywords: People's Republic of China, "soft power", intangible cultural heritage, traditional holidays, domestic tourism, international tourism.

Вступ. Зміцнення економічних і зовнішньополітичних позицій Китайської Народної Республіки є одним з провідних трендів світового розвитку першої чверті XXI століття. Реформи 1980-х рр., ініційовані Ден Сяопіном, дозволили провести глибоку модернізацію економіки Китаю, що призвело до важливих соціальних зрушень – у країні з півтора мільярдом населення була ліквідована бідність. Сьогодні, спираючись на власні успіхи, Китай претендує на лідерські позиції у сучасному світі. Це стало складовою реалізації концепту "китайської мрії", а серед інструментів її досягнення важливе місце займає практика використання "м'якої сили" (Кіктенко, 2015, с. 111–112).

Концепція "м'якої сили" (soft power) наприкінці минулого століття була запропонована американським політологом Джозефом Наєм. Її центральною ідеєю виступає здатність держави посилювати вплив на міжнародній арені за допомогою популяризації власних цінностей, що слугує додатковим важелем до економічної та військової могутності. У наукових колах Китаю концепція "м'якої сили" викликала значний інтерес. Вчені КНР зацікавилися запропонованою проблематикою й активно зайнялися її дослідженням. На межі XX–XXI ст. у країні з'явилася низка публікацій, пройшли конференції, розгорнулися наукові дискусії з метою імплементації теорії американського вченого у реалії Китайської Народної Республіки. Основна мета інтелектуального дискурсу полягала у вирішенні важливого завдання – як Китай досягатиме лідерських позицій, не занурюючись у військове протистояння, інакше кажучи – не використовуючи "жорстку силу", і при цьому не повторить шлях Радянського Союзу. Більше того, потрібно так реалізувати поставлену мету, щоб зберегти існуючу політичну систему, яку не торкнулися трансформаційні процеси. КНР залишається соціалістичною державою з однопартійною системою. Її керівною силою, як і раніше, виступає КПК, а метою проголошена побудова "соціалізму з китайською специфікою".

Китайськими вченими було запропоновано дві провідні концепції, одна з яких основним джерелом "м'якої сили" вважає політичну владу, інша – на перше місце ставить культуру. В основі аргументації прибічників другого погляду знаходяться культурні досягнення сінської цивілізації – однієї з найдавніших в історії людства, що не лише збереглася впродовж тисячоліть, але й активно розвивається сьогодні. Водночас попри різні підходи до інтерпретації "м'якої сили", основна ідея обох підходів полягає у створенні позитивного образу Китаю на міжнародній арені (Кіктенко, 2021, с. 41).

Сьогодні концепт "м'якої сили" став частиною стратегії, спрямованої на досягнення "китайської мрії". КНР посилює свої позиції у світі, уникаючи прямої участі у військових конфліктах, спираючись передусім на економічні досягнення,

а складовою цієї політики є популяризація унікальної історико-культурної спадщини давньої цивілізації. Серед інструментів “м’якої сили” важливе місце займає міжнародний туризм. Керівництво КНР небезпідставно вважає його одним з пріоритетів своєї економічної політики, розраховуючи на привабливість унікальної культури, а також свідченням відкритості країни світу (“China travel” continues to heat up as impact of visa-free policies grows, 2025).

Напередодні пандемії COVID-19 Китай поставив собі за мету посісти місце провідної туристичної держави у світі й підійшов досить близько до її реалізації. 2018 року Міністерство культури КНР було перетворене на Міністерство культури і туризму, а туристична галузь опинилася під прискіпливим контролем держави. Серед пріоритетних завдань на 14-ту п’ятирічку (2021–2025) було проголошено всебічний розвиток туристичної сфери, у тому числі за рахунок створення нових туристичних продуктів (Китай опублікував новий п’ятирічний план розвитку культури і туризму, 2021). З свого боку, профільне міністерство, визначаючи пріоритети своєї політики на наступні п’ять років, особливу увагу звернуло на охорону й популяризацію нематеріальної культурної спадщини, зокрема з метою використання її у туристичній галузі (У 14-у п’ятирічку в Китаї буде створено 20 державних музеїв нематеріальної культурної спадщини, 2021). Пандемія скорегувала ці плани. Після її закінчення Китай енергійно приступив до реалізації накресленої стратегії, а залучення нематеріальної культурної спадщини в якості туристичних ресурсів стало одним з її важливих етапів. Для швидкого виходу галузі з кризи акцент передусім був зроблений на популяризацію традиційних національних свят китайського народу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Китай, його історія та культура, особливості розвитку завжди викликали великий інтерес у науковців. У вітчизняній китаїстиці накопичена значна кількість робіт, в яких розглядаються різні аспекти політики та економіки Китаю, його багата культурна спадщина. Частина з цих робіт дотична проблематики даної статті. Серед праць, в яких досліджуються різні аспекти використання інструментів “м’якої сили” у сучасній міжнародній політиці Китайської Народної Республіки, варто виділити роботи В. Кіктенка (2015, 2021), Л. Дорош та М. Яблонської (2021), О. Мацькович (2021), Ю. Метелешка (2023а, 2023b, 2023с). Лу Бай (2023) присвятив свою роботу проблемі ефективності використання китайської культури в якості одного з таких інструментів. Зокрема, у статті наголошується на її інтеграції у стратегію національного розвитку Китайської Народної Республіки, у тому числі у зовнішню політику країни, проаналізовано внесок держави, зокрема за допомогою розвитку туризму, у глобальну “м’яку присутність” на міжнародній арені. Але оскільки робота написана до закінчення пандемії, останні тенденції, які стосуються відновлення туристичної галузі Китаю після припинення дії карантинних обмежень, із зрозумілих причин залишилися поза увагою автора.

Низка робіт досліджує провідні тенденції та особливості розвитку туристичної галузі Китаю. Проблеми специфіки сфери туризму Китаю, її інфраструктури, багатства туристичних ресурсів, позиціонування КНР у сфері міжнародного туризму, динаміки розвитку галузі перед пандемією присвятили свої роботи Є. Д’якова (2013), В. Стафійчук та А. Москаленко (2015), О. Шаповалова (2017, 2019), А. Романова (2017), І. Шамара та І. Четверікова (2017), І. Мандрик і К. Гнедько (2018), Д. Басюк (2020), Л. Чабак (2021), Д. Басюк, Т. Мостенська, М. Руднева та О. Арабаджийський (2021), Л. Власенко, М. Панкова та Е. Пархоменко (2022), М. Лущик і П. Витрикуш (2022) та ін. У колі наукових інтересів Л. Ткачук (2014), Н. Добрянської, В. Лебедевої, І. Крупіци та А. Шашиної (2024) знаходяться проблеми ролі держави у процесі регулювання туристичної галузі КНР.

Нематеріальна культурна спадщина Китаю активно досліджувалася передусім китайськими науковцями і загалом добре розроблена. Серед англомовних праць можна згадати, наприклад, ґрунтовну працю американського сінолога Вольфрама Еберхарда (1958), який розглянув китайські свята як соціальне явище, проаналізував їхні функції, ритуали, символіку та культурне значення. В українській історіографії цими питаннями займалися Г. Семененко (2012) та Ю. Кошова (2018). Деякі аспекти проблеми використання національної історико-культурної спадщини, у тому числі нематеріальної, у сфері туризму КНР піднімаються у роботах українських учених Д. Гомова (2007–2008) і Г. Гапоненко, О. Євтушенко та І. Шамари (2024). Але загалом проблема нематеріальної культурної спадщини Китаю та перспектив її використання, передусім національних сезонних свят та пов'язаним з ними традицій, у туристичній галузі не знаходилася у центрі наукових інтересів вітчизняних дослідників.

Метою статті є дослідження історії і традицій китайських національних свят з точки зору визначення їх як чинників активізації міжнародного туризму в країні. Для реалізації мети поставлені такі **завдання**: здійснити аналіз стану наукової розробки проблеми; розглянути процес відновлення туристичної галузі Китаю за допомогою використання нематеріальної культурної спадщини; дослідити заходи, які вживає керівництво держави на цьому шляху; визначити місце традиційних китайських свят у цьому процесі.

Методи та методологія проведеного дослідження. Методологічною основою дослідження є принципи наукового об'єктивізму та історизму. В ході дослідження використовувалися передусім універсальні методи наукового пізнання – аналізу, синтезу, індуктивний, дедуктивний, описовий та ін. Зокрема, аналітичний метод був застосований, щоб уявно розчленувати предмет дослідження на складові, метод синтезу допоміг дослідити проблему в її цілісності та сформулювати висновки. За допомогою дедуктивного методу було досліджено перспективи використання нематеріальної культурної спадщини з метою відновлення внутрішнього та міжнародного туризму. Описовий метод застосовувався для розкриття змісту та особливостей традиційних свят Китаю. Серед спеціальних методів наукових досліджень слід згадати історико-хронологічний, який допоміг розглянути процес відновлення туристичної галузі КНР після пандемії у динаміці. Геополітичний метод допоміг при визначенні місця Китаю у сучасному світі. У роботі використані статистичні дані щодо процесу відновлення туризму Китаю, взяті з офіційних джерел КНР.

Виклад основного матеріалу дослідження. На межі XX–XXI ст. Китай перетворився на одну з найпривабливіших у туристичному відношенні країн і впевнено просувався до позиції лідера у галузі міжнародного туризму. За прогнозами ЮНВТО, у 2020 році у нього були всі можливості вийти на перше місце за кількістю міжнародних прибуттів, випередивши таких визнаних світових лідерів туристичного бізнесу, як Франція, Іспанія, Італія, США. В останній "передпандемічний" рік Китай впритул наблизився до реалізації цієї амбітної мети. 2019 року за основними показниками туристичної статистики він знаходився на верхніх позиціях рейтингів туристичних держав світу. Кількість міжнародних туристичних подорожей до країни становила 67,6 млн, а разом з одноденними відвідувачами цей показник сягав понад 162,5 млн осіб. Стрімкими темпами розвивався виїзний туризм. За обсягами міжнародних туристичних витрат КНР вийшла на перше місце. Водночас доходи держави від міжнародного туризму склали 35,4 млрд дол. США, що розмістило Китай на 11-ій сходинці відповідного рейтингу (Басюк та ін., 2021, с. 14; Лушик & Витрикуш, 2022, с. 101).

Криза туристичної галузі, викликана пандемією COVID-19, катастрофічно позначилася як на світовій індустрії подорожей загалом, так і на сфері туризму Китаю

зокрема. Жорсткі карантинні заходи, вжиті урядом країни, призвели 2020 року до зменшення міжнародних туристичних прибуттів упр'ятеро (Лущик & Витрикуш, 2022, с. 102). Але було зрозуміло, що ця ситуація має тимчасовий характер. Китай продовжував залишатися однією з найпривабливіших destinations для відвідування завдяки своїй багатій історії та унікальній природній та культурній спадщині, тож фахівці були впевнені в існуванні так званого відкладеного попиту на відвідування країни (Чабак, 2021, с.104).

До пом'якшення карантинних заходів Китай вдався 2023 року, і це одразу позначилося на світових показниках міжнародних туристичних відвідувань. Скасування карантинних обмежень на подорожі призвело до швидкого відновлення галузі. UNWTO констатувала, що 2024 року міжнародний туризм загалом лише на один відсоток не дотягнув до показників 2019 року, хоча його відновлення проходило нерівномірно. Лідерами у цьому процесі стали Європейський та Близькосхідний туристичні регіони. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні міжнародний туризм відновлювався повільніше, передусім через політику “нульової толерантності до COVID-19”, яку проводило китайське керівництво під час пандемії (Ель, 2022). На початок 2025 року міжнародний туризм в АТТР вийшов на рівень 87% порівняно з 2019 роком (Key results, 2025). Водночас були всі підстави вважати, що міжнародний туризм у регіоні повністю відновить свої позиції і вийде на новий рівень.

Керівництво Китайської Народної Республіки як з економічних міркувань, так і з точки зору зміцнення своїх позицій на міжнародній арені за допомогою “м'якої сили”, визначило розвиток туризму одним з пріоритетів своєї політики. Заради його відновлення після пандемії була розроблена ціла система заходів, яка крім організаційних моментів, включала масштабну кампанію з рекламування багатой культурної спадщини Китаю, його туристичних ресурсів. Особливе місце у системі заходів, спрямованих на повернення гостей до країни, належить національним сезонним святкам Китаю.

Яскраві й самобутні, китайські фестивалі завжди привертали увагу іноземних туристів. Розуміючи потенціал цього туристичного ресурсу, керівництво держави, функціонери галузі та туроператори постійно акцентують увагу на їхній неповторності й унікальності, запрошуючи відвідати країну у дні національних свят, щоб сповна насолодитися автентичністю і самобутністю китайської культури.

Китайці дуже полюбують свої національні свята та яскраво відзначають їх, популяризуючи культурні традиції далеко за межами батьківщини. Тому сьогодні китайський Новий рік та інші національні китайські фестивалі стали важливою культурною подією у багатьох країнах світу. Вагомий внесок у їхню популяризацію зробили представники численної китайської діаспори (хуацяо), які у країнах свого проживання зберігають традиції предків і в дні національних свят влаштовують яскраві й колоритні вистави. Китайські студенти, які навчаються у багатьох вищих навчальних закладах світу, залучають до святкування місцеву молодь, сприяючи популяризації своєї нематеріальної культурної спадщини у світі. У 162 країнах діє більш 550 Інститутів Конфуція, які займаються культурно-просвітньою працею, у тому числі влаштовують святкування китайського Нового року (Метелешко, 2023а, с. 38).

Крім того, для туристичної галузі КНР ці дні мають особливе значення завдяки традиції збиратися на святкове застілля всією родиною. У китайській спільноті це символізує єднання рідних, сімейну підтримку, родинне благополуччя. Щоб взяти участь у спільній вечері, приїждять діти та онуки, навіть якщо вони мешкають, працюють або навчаються далеко від рідного дому. Хуацяо, які прагнуть відвідати батьківщину, також намагаються зробити це у святкові дні. Таким чином, давні

традиції китайського соціуму сприяють динаміці внутрішнього і міжнародного туризму, що з огляду на кількість китайців у світі є потужним чинником розвитку галузі. До запровадження локдауну у новорічні святкові тижні значна кількість китайців вирушала у подорож, суттєво збільшуючи показники внутрішнього туризму. Це явище настільки характерне для Китаю, що має свою власну назву – чунюн, тобто період весняних подорожей. На нього припадає пік туристичної активності китайців, а галузь отримує значну частину прибутків від внутрішнього туризму.

На межі століть з метою стимулювання туристичних потоків у Китаї була запроваджена практика об'єднання святкових днів з вихідними за рахунок перенесення робочих. Таким чином двічі на рік китайці мають так звані "золоті тижні" для відпочинку і подорожування (Мандрик & Гнедько, 2018, с. 186–187). Перший з них пов'язаний із Святом Весни і припадає на сезон зимового туризму. Другий відпочинковий період прив'язаний до святкування важливого для китайського суспільства Дня утворення Китайської Народної Республіки, який відзначається 1 жовтня. Іноді осінній "золотий тиждень" розтягується до восьми днів, як це було, наприклад, 2023 року, коли День КНР, який святкується за григоріанським календарем, зближується з Фестивалем середини осені, що за місячним календарем припадає на 15-й день восьмого місяця. Для Китаю, з огляду на півтора мільярдне населення країни та стійкі традиції подорожування у ці дні, "зайвий" день дає галузі суттєвий приріст у прибутках. З цією ж метою, щоб швидше відновити туристичну індустрію, наприкінці 2024 року уряд збільшив кількість вихідних днів з нагоди Нового року до восьми (China's Tourism Industry Set for Growth in 2025 with Longer Public Holidays, 2025).

Святкова система Китаю прив'язана до національного місячного календарю, а кожне свято пов'язане з певною міфологічною традицією. Важливим елементом національних фестивалів є їхній кулінарний символ: до кожного фестивалю китайці готують особливі страви, що збільшує привабливість цього туристичного ресурсу для іноземних гостей.

Найважливіше свято у Китаї – Новий рік, за китайською традицією – Свято весни (Чуньцзе). Його початок припадає на перший день першого місяця за китайським місячним календарем (між 21 січня і 21 лютого) і триває впродовж двох тижнів. Кожен день регламентується неписаними правилами і традиціями: у ніч перед святом збираються родиною за столом, наступний день має бути присвячений відвідинам старшого покоління, потім – вшановують померлих родичів, згодом – заміжня донька відвідує батьків, потім – зять йде у гості до батьків дружини і т.д., включаючи візити колег та відвідування храмів. Кулінарним символом Свята весни є солодкі пельмені юаньсяо та печиво няньгао – символи достатку та успіху, які готують з клейкого рису на честь бога благополуччя і процвітання.

Святкування проходить весело і гучно, з парадами, феєрверками, петардами – китайці вірять, що все це відлякує злих духів. У декорі вулиць, домівок, в одязі має бути обов'язково присутній червоний колір, що робить фестиваль надзвичайно яскравим і барвистим. У китайців у ці дні прийнято дарувати один одному невеличкі парні дрібниці на щастя, а оселю прикрашати парними написами.

Закінчується китайський Новий рік на 15-й день надзвичайно видовищним Святом ліхтарів. У світлий час доби відбуваються народні гуляння, у тому числі костюмовані, а ввечері усюди запалюють ліхтарики, якими прикрашені практично всі куточки міста, урядові установи, офіси та домівки.

Важливим елементом святкової традиції є танець Лева і танець Дракона, які у давнину виконували релігійні та ритуальні функції, а у наш час перетворилися

на національний вид спорту, своєрідне поєднання танцювальної культури та бойових мистецтв. Китай вважає танці Лева і Дракона важливим елементом своєї нематеріальної культурної спадщини. Національна спортивна асоціація танців Дракона і Лева, а також аналогічна Міжнародна федерація за підтримки китайського уряду популяризують ці види національного спорту не лише у регіоні Південно-Східної Азії, де проживає численна китайська діаспора, а й у всьому світу (Dongdong & Bondar, 2022). Найкращі команди та танцюристи беруть участь у новорічних святах, виступаючи на вуличних майданчиках, а їхні видовищні та яскраві вистави привертають увагу значної кількості туристів.

З огляду на зазначене вище, цілком зрозуміло, чому керівництво КНР використало Свято весни для початку процесу відновлення туристичної галузі після пандемії.

Перші заходи, спрямовані на пом'якшення антиковідних заборон на подорожування, китайська влада здійснила на початку січня 2023 року. Уряд знизив рівень небезпеки на захворювання COVID-19 з класу А до класу В та вжив низку інших заходів, спрямованих на лібералізацію антиковідної політики. Це одразу позначилося на швидкому зростанні показників внутрішнього туризму, адже свято для китайців завжди були пов'язано з подорожами. Дозволом на вільне переміщення скористалася значна частина китайського суспільства: дорослі діти, які живуть або навчаються в інших містах і прагнуть відсвяткувати новий рік з батьками, робітники-мігранти, які працюють за кордоном, хуацяо, близькі родичі яких мешкають у Китаї, тощо.

Низка заходів, запроваджена урядом, була спрямована також на відновлення міжнародного туризму. Для перетину кордону тепер вимагався лише ПЛР-тест, зроблений не пізніше 48 годин до подорожі, було скасовано обмеження на кількість транспортних рейсів до Китаю, лібералізовано візову політику, здійснено низку інших заходів (Китай скасовує карантин для мандрівників з 8 січня, 2022). У березні 2023 року було відновлено видачу віз для туристів (Жарикова, 2023), а через кілька місяців – запроваджено безвізовий режим для п'яти країн Європейського Союзу для відвідування Китаю з туристичною метою (Китай дозволить безвізовий в'їзд громадянам п'яти країн ЄС, 2023). Через рік, наприкінці 2024 року, Китай збільшив список таких країн до 54, дозволивши перебування без візи до 10 діб (Мандрик, 2025).

Щоправда, у 2023 році це не призвело до відновлення “доковідних” показників міжнародного туризму, не в останню чергу через обережну політику урядів інших країн щодо вільного відвідування Китаю. Зокрема, Європейський Союз зберіг певні обмеження щодо китайських туристів, а деякі уряди закликали своїх громадян утриматися від подорожей до Китаю, якщо це не викликано нагальною потребою (Смишляєв, 2023).

Натомість лібералізація заходів, пов'язаних з подорожуванням, позитивно вплинула на показники внутрішнього туризму. За вісім святкових днів у лютому наступного 2024 року китайці здійснили 474 млн внутрішніх поїздок – на третину більше, ніж роком раніше, а аналогічний показник 2019 року був перевищений на 19% (Місячний Новий рік: витрати на туризм у Китаї перевищили доковідний рівень, 2024). Таким чином, 2023 року туристична галузь Китайської Народної Республіки почала поступово виходити з кризи, спричиненої коронавірусною пандемією.

Важливим елементом системи заходів, спрямованих на відновлення туристичної галузі, була кампанія, з рекламування культурної спадщини КНР. У китайських мас-медіа розмішувалися просвітницькі публікації, проходили різноманітні виставки, конференції, семінари, у багатьох країнах світу посольства КНР організовували тематичні заходи тощо. Особливе місце у цій кампанії було відведене активному просуванню нематеріальної культурної спадщини, у тому числі системи

національних свят, соціальних практик та традиційних ремесел. Керівництво країни та галузі зробило наголос на них як на потужні туристичні ресурси, здатні зацікавити іноземних туристів і сприяти поверненню Китаю до групи найбільших туристичних держав світу.

За "Законом про нематеріальну культурну спадщину Китайської Народної Республіки" від 25 лютого 2011 року, традиційні свята є важливим елементом національної духовної культури китайського народу (Law of the People's Republic of China on Intangible Cultural Heritage, 2011). У китайців свят багато, майже всі вони мають тисячолітню історію й міцно впилися у культурний код нації. Але найбільш шанованими є чотири: Свято весни, тобто Новий рік (січень-лютий), Цінмін (квітень), Свято човнів-драконів (травень-червень) і Фестиваль середини осені (вересень-жовтень).

Цінмін, або Свято чистого світла, припадає на початок квітня. Воно символізує прихід весни, коли дні стають яснішими і теплішими, земля відігривається, з'являється перша зелень. Китайці вбираються у святковий одяг, гуляють, їдять зелені солодкі рисові пампушки з різноманітними начинками (цінтуань), виїжджають на природу, влаштовують пікніки. Святу передують Ханьші, або Фестиваль холодної їжі – ще одна традиція, коріння якої ховаються у глибині століть, коли було заборонено запалювати вогонь для обігріву та приготування страв.

Але іноземні туристи значно менше знають про Цінмін, ніж про інші китайські свята, хоча фестиваль має автентичний характер і супроводжується народними гуляннями та костюмованими виставами, а ввечері у небо запускають повітряні змії, кулі та ліхтарики. Найімовірніше, менша популярність Свята чистого світла у туристів полягає у його певній камерності, адже центральною ідеєю фестивалю є поминання предків. У цей день китайці відвідують могили близьких, прибирають їх після зими, приносять пожертви. Ця традиція існує у багатьох народів світу, у тому числі в українців. Але для китайців Цінмін – це не стільки траур, скільки нагода згадати предків, розповісти про їхні героїчні або добрі справи, праведне життя, нагода пишатися своїм корінням.

З цих причин для туристичної галузі більше значення має Дуань-у, який припадає на п'ятий день п'ятого місяця за місячним календарем, і тому його ще називають святом "подвійної п'ятірки". Як і решта китайських календарних свят, Дуань-у має давню історичну традицію, пов'язану з ім'ям поета Цюнь Юаня, що жив у III ст. до н.е., а також кулінарну складову. Гастрономічним супроводом свята є цзунци – конвертики з листя бамбука чи лотоса з начинкою з рису і різноманітних добавок, схожі на невеличкі голубці (Лебедева, 2025, с.449).

Центральною подією свята, заради якого китайці полюбляють цей день, а туристи прагнуть відвідати країну, є перегонина човнах-драконах – довгих каное, прикрашених головами і хвостами драконів. У сучасному Китаї ці змагання перетворилися на вид професійного спорту, яким опікується національна федерація. У святкові дні вони проходять усюди, де є річки та озера. Подекуди перегони відбуваються з ініціативи місцевих громад, і тоді у змаганнях беруть участь самі мешканці на побудованих власноруч драгонботах. Команди веслярів великі, складаються найчастіше з двадцяти веслувальників, на носі сидить барабанщик і відбиває ритм. Родичі та друзі стоять на березі й підтримують учасників змагань. Фестиваль "подвійної п'ятірки" проходить яскраво, гучно, весело і є одним з найулюбленіших свят китайців. З 2008 року він набув офіційного статусу: усі установи і компанії на цей час припиняють роботу, а населення отримує три вихідні дні для святкування, відпочинку і розваг (там само, с.450).

Як і Свято весни, Фестиваль човнів-драконів завдяки своїй оригінальності та колоритності перетворився на одну з візитівок китайської культурної спадщини. 2009 року свято Дуань-у увійшло до списку Нематеріальної культурної спадщини людства, який організація ЮНЕСКО почала формувати роком раніше.

Влада держави спрямовує значні зусилля рекламування свята Дуань-у в світі. Зараз змагання на десяти- або двадцятимісних драгонботах популярні і за межами Китаю, та й за межами континенту. Створена Міжнародна федерація веслування на драгонботах (IDBF), членами якої є багато країн, у тому числі й Україна. На двох останніх літніх Олімпіадах – у Токіо (2020) і Парижі (2024) – були організовані показові змагання з цього виду спорту (Breast cancer survivors among paddlers in Dragon Boat demonstration at Paris 2024, 2024). Складається враження, що Китай поставив собі за мету включення цього виду спорту до олімпійської програми.

Для китайських фахівців індустрії гостинності Фестиваль човнів-драконів є важливим індикатором туристичного ринку у літній період. Після скасування антиковідних обмежень на триденні свята поклалися значні надії на відновлення галузі, і небезпідставно. Як звітувало Міністерство культури і туризму КНР, за три святкові дні 2023 року китайці здійснили 106 млн подорожей своєю країною, а прибуток галузі зріс на 45% відсотків порівняно з попереднім роком (Дохід Китаю від туризму через Фестиваль човнів-драконів зріс майже на 45%, 2023). Наступного року під час Дуань-у зафіксовано 110 млн подорожей, що перевищило показники 2019 року (У Китаї в період вихідних з нагоди свята Дуань-у було здійснено 110 млн внутрішніх туристичних поїздок, 2024).

Якщо Свято весни є головним зимовим святом Китаю, а Фестиваль човнів-драконів – центральною подією літа, то сезон осіннього туризму у країні розпочинається Святом середини осені (Чжунцю Цзе) – ще одним унікальним подієвим туристичним ресурсом Китаю, який відбиває національний колорит. Традиції його святкування стимулюють передусім внутрішній туризм, оскільки це сімейне свято. Кілька поколінь родичів збираються на “вечерю об’єднання” зазвичай у будинку найстарших членів родини. Стіл накривають дуже щедро, адже свято співпадає з періодом закінчення збору врожаю. Вулиці й домівки багато прикрашаються, влаштовуються різноманітні публічні заходи – вистави, народні гуляння, шоу ліхтарів, виступи команд, які виконують танці Дракона або Лева, хода у національному вбранні тощо. Ввечері всі разом ідуть на прогулянку, милуються Місяцем, веселяться, спілкуються з друзями та пригощають один одного “місячними коржиками” з побажаннями благополуччя.

Традиції святкування Чжунцю Цзе сповнені символізму, загалом характерного для китайського соціуму. Багате застілля символізує міцні сімейні зв’язки, єднання родини, добробут на наступний рік. А милуючись місячним сяйвом (свято припадає на повний Місяць), китайці вірять, що таким чином вони подумки єднаються з рідними, які знаходяться далеко і не змогли приїхати на зустріч: адже у ці хвилини ті також виходять на подвір’я та дивляться на Місяць. Тому Свято середини осені також називають Фестивалем возз’єднання.

Чжунцю Цзе також має власний кулінарний символ. На Свято середини осені китайці готують “місячні коржики” (юєбін) – невеличке кругле печиво з різноманітною начинкою – солодкою, солоною або пікантною. Зверху коржики прикрашають візерунками або ієрогліфами-побажанням. Такі коржики раніше виготовлялися у кожній родині та дарувалися родичам, друзям, сусідам на знак побажання добробуту, успіху, благополуччя та щастя. Зараз юєбін виготовляють

також кондитерські фірми. Їх можна придбати у спеціалізованих магазинах, а продавати їх починають ще наприкінці літа.

Туристи, що відвідують Китай у ці дні, купують "місячні коржики" в якості сувенірів, оскільки попри певне "осучаснення" традиційної рецептури, це печиво зберігає унікальний та оригінальний вигляд, а традиційні китайські начинки, наприклад, паста з насіння лотоса, пюре з водяного каштану чи солоний жовток качинового яйця, надають виробам незвичний смак і неповторний колорит. А якщо коржики випікалися у зробленій вручну формі з різьбленням, це ще більше збільшує унікальність сувеніру. Ці форми можуть зберігатися у родинях впродовж багатьох поколінь. Отже, "місячні коржики" є одним з символів китайської ідентичності.

2024 року, щоб збільшити кількість відвідувачів, органи влади, туристичні оператори та екскурсійні бюро на святкові дні розробили велику програму різноманітних заходів з метою стимуляції, зокрема, нічного культурного туризму. Бажаючим пропонувалися тематичні нічні екскурсії мальовничими місцями, звідки туристи могли милуватися місячним сяйвом, у тому числі за допомогою великих світлодіодних екранів, прогулянки на човнах під Місяцем, різноманітні ярмарки, участь у шоу ліхтарів, коли тисячі невеличких вогників пускають по воді або відправляють у повітря, вірячи, що разом з ними на неба летять людські молитви і побажання.

Фахівці туристичної галузі пов'язували зі Святком середини осені 2024 року надії на подальше відновлення туристичної сфери, особливо за рахунок внутрішнього туризму. Адже національні традиції, що передбачають зустріч за святковим столом рідних і близьких, як би далеко вони не знаходилися один від одного, є важливою мотивацією вирушити у подорож. За підрахунками компанії China Mobile, провідного оператора мобільного зв'язку, в ці святкові дні кожен житель Китаю для зустрічі з родичами проїхав у середньому 253 км (У Китаї під час свята Середини осені спостерігався туристичний бум, 2024). А за осінній "золотий тиждень" невдовзі після Фестивалю середини осені (1–7 жовтня 2024 року), китайці здійснили 765 млн внутрішніх поїздок, що, як звітувало Міністерство культури і туризму, на 10,2% перевищило аналогічні показники 2019 року (Jingjing, 2024).

Отже, 2024 рік виявився для туристичної галузі КНР загалом успішним. Відновлення індустрії подорожей відбувалося передусім за рахунок розвитку внутрішнього туризму. Як звітувало профільне міністерство, за цей період у Китаї було зафіксовано 5,615 млрд внутрішніх подорожей, що склало +14,8% до 2023 року (Внутрішній турпотік Китаю у 2024 році перевищив 5,6 млрд людей за раз, 2025). В'їзний туризм відновлювався повільніше. За даними Tradinge Economis, 2024 року країну відвідало 26,94 млн гостей, не рахуючи екскурсантів (тобто подорожуючих без ночівлі), а також відвідувачів з Тайваню. Роком раніше цей показник був вдвічі меншим – 13,78 млн (Tourist Arrivals, 2024).

Подальший процес відновлення туристичного ринку Китаю був пов'язаний із зимовим туристичним сезоном. З метою його підготовки наприкінці 2024 року у самому Китаї й за його межами розгорнулася масштабна кампанія рекламування туристичних ресурсів дестинації та нових туристичних пропозицій. Її серцевиною, основною ідеєю, була обрана нематеріальна культурна спадщина Китаю як унікальний внесок народу до скарбниці духовних багатств людства. Центральною подією сезону, із зрозумілих причин, було святкування Місячного Нового року-2025.

У грудні 2024 року ЮНЕСКО внесла свято до Списку нематеріальної культурної спадщини людства. Ця подія, а також те, що влітку до Всесвітньої культурної спадщини був номінований історичний центр китайської столиці (об'єкт "Центральна вісь Пекіна"), дали можливість Міністерству культури і туризму КНР, місцевій

владі та туристичному бізнесу створити і запропонувати нові туристичні продукти. Акцент робився на те, що Китай вперше зустрічає Новий рік після надання святу престижного статусу, і ця подія свідчить про багатство та унікальність китайської культури. Ідея ексклюзивності як самого Фестивалю весни, так і національних китайських традицій стала провідною під час святкування, адже Китай найбільше за інші держави світу представлений у Списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО – 44 елементи (Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity, 2024).

Тому не дивно, що і підготовка до свята, й саме святкування відзначилися грандіозними масштабами. Ще під час пандемії у Китаї був розроблений план, що передбачав будівництво впродовж наступних п'яти років (2021–2025) двадцяти музеїв нематеріальної культурної спадщини національного рівня. Крім того, у провінціях планувалося створювати музеї місцевого рівня, а до інвестування в їхнє будівництво запрошувалися місцеві органи влади і приватний бізнес (У 14-у п'ятирічку в Китаї буде створено 20 державних музеїв нематеріальної культурної спадщини, 2021).

Центральною інституцією, на яку було покладено місію опікуватися збереженням і демонстрацією найкращих зразків китайської нематеріальної культурної спадщини, став Музей мистецтв і ремесел, що відкрився 2022 року. Напередодні Фестивалю весни-2025 у ньому була організована велика тематична виставка, присвячена китайській традиції зустрічі Нового року. До її програми було включено не лише відповідну експозицію, але й тематичні семінари, виступи майстрів традиційних ремесел з демонстрацією свого мистецтва та майстер-класи для бажаючих спробувати себе у певному ремеслі (Experience Chinese New Year Through Intangible Cultural Heritage, 2024). Подібні заходи місцевого масштабу відбулися у багатьох китайських провінціях, даючи змогу усім бажаючим ознайомитися з нематеріальною культурною спадщиною народу. З метою поширення знань про китайські культурні традиції Міністерство іноземних справ запросило на святкування Нового року до міста Ланфан дипломатів країн Європейського союзу з родинами (The Department of European Affairs of the Ministry of Foreign Affairs..., 2025). Серед організаційних заходів, покликаних стимулювати в'їзний і внутрішній туризм, слід згадати дозвіл на безвізове перебування у країні з туристичною метою до 240 годин та збільшення зимового “золотого тижня” до восьми днів, ухвалених урядом у листопаді – грудні 2024 року.

Велика програма святкових заходів розгорнулася під час мяохуей – китайських традиційних храмових ярмарків, які здавна організовувалися під час свят при буддистських і даоських храмах. Раніше у такий спосіб ченці стимулювали вірян купувати різноманітні товари і таким чином підтримувати храм. Зараз храмові ярмарки перетворилися на масові гуляння з танцями Дракона і Лева, виступами мистецьких колективів та майстрів пекінської опери, акробатичними етюдами, шоу квітів, вогнів або льодових скульптур, а також з потужною кулінарною складовою. 2025 року головним девізом мяохуей була проголошена популяризація нематеріальної культурної спадщини Китаю. На ярмарках проходили виставки виробів декоративно-прикладного мистецтва, майстри з цукрового живопису, кераміки, вирізання з паперу, виготовлення новорічних картин “няньхуа”, інших традиційних ремесел виготовляли свою продукцію на очах відвідувачів та проводили майстер-класи, на яких усі бажаючі могли своїми руками виготовити аутентичні сувеніри (Beijing's Spring Festival Temple Fairs in 2025, 2025).

Цікаво, що у підбитті підсумків туристичних подорожей, здійснених китайцями та іноземними гостями за зимовий “золотий тиждень” 2025 року (28 січня – 4 лютого), були окремо виділені міста, до програми відвідування яких входило знайомство з

нематеріальною культурною спадщиною Китаю (Graphics: Spring Festival tourism and consumption boom in China, 2025). Зокрема Ctrip, одна з найбільших китайських туристичних компаній, відзвітувала про збільшення бронювань для туристичних подорожей у півтора рази до міст Шицзячжун (північ Китаю), Фучжоу (південний схід) і майже вдвічі – до міста Сіань (північний захід), представивши їх як "напрямки, які демонструють нематеріальну культурну спадщину".

У такому підході є креативність і раціональність, оскільки, наприклад, місто Шицзячжун, адміністративний центр провінції Хебей, у туристичних путівниках позиціонується як індустріальний центр з невеликою кількістю пам'яток і цікавих для гостей місць. Рекламна кампанія з популяризації нематеріальної культурної спадщини позиціонувала регіон як центр унікальних ремесел (виготовлення фігурок з кольорового тіста, виробів з соломи тощо), і тим самим сприяла збільшенню туди туристичних потоків.

Провінція Фуцзянь, центром якої є місто Фучжоу, славиться своєю культурою чаю. 2022 року китайська традиційна техніка виробництва чаю була номінована до Списку Нематеріальної культурної спадщини, і туроператори активно використовували цей факт, пропонуючи туристичні продукти, пов'язані із знайомством з чайними традиціями Китаю. До речі, регіон представлений у списку ще одним об'єктом – китайським ляльковим театром провінції Фуцзянь.

Місто Сіань на північному заході Китаю (провінція Шеньсі) є значним культурним центром, яке для іноземних туристів асоціюється передусім з некрополем імператора Цінь Ші-хуанді (Теракотова армія), Великою і Малою пагодами диких гусей, а також тим, що звідси починався Великий Шовковий шлях. Водночас провінція Шеньсі є центром таких традиційних китайських занять, як опера Цінь, театр тіней, мистецтво каліграфії, художнє вирізання з паперу, оригінальна музична культура. Деякі з цих об'єктів включені до Списку Нематеріальної культурної спадщини людства.

Загалом можна констатувати, що заходи, спрямовані на стимуляцію подорожування, мали позитивний ефект. За святкові вісім днів країну відвідало 958 тисяч іноземних туристів, що на 22,9% більше, ніж за аналогічний період минулого року (Liang, 2025). Кількість внутрішніх поїздок досягла показника у 501 млн (+5,9% до аналогічного періоду минулого року), а видатки туристів у ці дні перевищили 92,5 млрд доларів (+7%) (Liu & Tayir, 2025).

За прогнозами фахівців, туристична галузь Китаю має швидко відновитися за умови проведення керівництвом держави ефективної політики (McClain, 2025). На даний час можна констатувати, що зусилля уряду, спрямовані на підтримку галузі, призвели до позитивних результатів. Ідея супроводити повернення Китаю на туристичний ринок масштабною кампанією з рекламування його духовних багатств, у центрі якої була нематеріальна культурна спадщина, дала позитивний ефект. Так, за даними Ctrip, у 7,5 разів порівняно з минулим роком виросли продаж білетів на традиційні новорічні святкові заходи (храмові ярмарки, фестивалі ліхтарів тощо) серед іноземних туристів (Liang, 2025). Перше півріччя туристична галузь Китаю закінчила з показниками внутрішнього туризму у 3,28 млн подорожей, що на 20% перевищили дані минулорічного аналогічного періоду, позитивну динаміку продемонстрував також сектор міжнародного туризму (За підсумками першого півріччя 2025 року внутрішній турпотік у Китаї перевищив 3,28 млрд людей за раз..., 2025). Залучення нематеріальної культурної спадщини, традицій китайського народу було важливою складовою цього процесу.

Висновки і перспективи подальшого дослідження. Для сучасного Китаю ознайомлення людства зі своєю багатою культурною спадщиною – унікальними

природними та історико-архітектурними пам'ятками, а також національними культурними традиціями – на межі XX–XXI століть є одним з його пріоритетів. Це сприяє формуванню позитивного іміджу держави на міжнародній арені, а тому залишається важливим напрямом політики керівництва, яке за допомогою “м’якої сили” прагне збільшити популярність Китаю на міжнародній арені.

Давня, багата й оригінальна культура Китайської Народної Республіки стимулює міжнародний туризм, перетворюючи Китай на популярну туристичну дестинацію. Заходи китайського керівництва щодо ознайомлення світу зі звичаями і традиціями народу, у тому числі з оригінальними національними святами, позитивно відобразилися на розвитку туристичної галузі і стали важливим інструментом її відновлення після пандемії. Нематеріальна культурна спадщина Китаю є невичерпним джерелом для збільшення асортименту туристичних ресурсів країни. Вивчення досвіду КНР щодо використання у туристичній галузі нематеріальної культурної спадщини, підтримки традиційних промислів і ремесел, як і діяльність, спрямована на збереження й популяризацію аутентичних свят і соціальних практик, створення на їхній базі оригінальних туристичних продуктів, може допомогти вітчизняним фахівцям при відновленні сфери міжнародного туризму після закінчення війни.

Конфлікт інтересів

Автор не має потенційного конфлікту інтересів, який би міг вплинути на рішення про опублікування цієї статті.

Використання штучного інтелекту

Не використовувався.

ЛІТЕРАТУРА

- Басюк, Д. (2020). Стан і перспективи розвитку українсько-китайського співробітництва у туристичній сфері. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 3(1), 46–54.
- Басюк, Д. І., Мостенська, Т. Л., Руднева, М. Г., & Арабаджийський, О. І. (2021). Стан і перспективи розвитку готельної індустрії Китайської Народної Республіки. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 2, 14–20.
- Власенко, Л. В., Панкова, М. О., & Пархоменко, Е. Е. (2022). Стан та перспективи розвитку виїзного туризму з КНР до України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 5, 28–35.
- Внутрішній турпотік Китаю у 2024 році перевищив 5,6 млрд людей за раз. (2025, Січень 23). *CGTN*.
<https://ukrainian.cri.cn/2025/01/23/ARTI1737614716740298>
- Гапоненко, Г., Євтушенко, О., & Шамара, І. (2024). Особливості розвитку культурного туризму в Китаї. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*, 20, 52–59.
- Гомов, Д. В. (2007–2008). Туристична індустрія Китаю: сучасний стан та перспективи розвитку (за матеріалами інтернет-джерел). *Українська орієнталістика*, 2–3, 251–256.
- Добрянська, Н. А., Лебедева, В. В., Крупіца, І. В., & Шашина, А. В. (2024). Міжнародне регулювання туристської діяльності Китаю як основа застосування досвіду для вітчизняної економіки. *Український журнал прикладної економіки та техніки*, 9(1), 256–260.

- Дорош, Л., & Яблонська, М. (2021). "М'яка" сила Китаю: оцінка ефективності та реакція на сучасні виклики. *Гуманітарні візії*, 7(2), 22–27.
- Д'якова, Є. О. (2013). Співробітництво між Україною та Китайською Народною Республікою в сфері туризму. *Географія та туризм*, 25, 18–25.
- Ель, Д. (2022, Грудень 07). Китай відмовляється від політики "нульового COVID". *DW*.
<https://www.dw.com/uk/protesti-podiali-kitaj-vidmovlaetsa-vid-politiki-nulovogo-covid/a-64003879>
- Жарикова, А. (2023, Березень 14). Китай вперше з початку пандемії повністю відкриває кордони для іноземців. *Економічна правда*.
<https://epravda.com.ua/news/2023/03/14/698020/>
- За підсумками першого півріччя 2025 року внутрішній турпотік у Китаї перевищив 3,28 млрд людей за раз, що на 20,6% більше, ніж за аналогічний період минулого року. (2025, Серпень 04). *CGTN*.
<https://ukrainian.cgtv.com/2025/08/04/ARTI1754292806265980>
- Китай дозволить безвізовий в'їзд громадянам п'яти країн ЄС. (2023, Листопад 24). *Дзеркало тижня*.
<https://zn.ua/ukr/POLITICS/kitaj-dozvolit-bezvizovij-vjizd-hromadjanam-pjati-krajini-jes.html>
- Китай опублікував новий п'ятирічний план розвитку культури і туризму. (2021, Червень 06). *China Radio International Online*.
<https://ukrainian.cri.cn/culture/3425/20210604/672215.html>
- Китай скасовує карантин для мандрівників з 8 січня. (2022, Грудень 08). *Суспільне. Новини*.
<https://suspilne.media/346984-kitaj-skasovue-karantin-dla-mandrivnikiv-z-8-sicna/>
- Кіктенко, В. О. (2015). "Китайська мрія" як теорія нового етапу модернізації КНР. *Східний світ*, 3, 106–114.
- Кіктенко, В. О. (2021). Роль теорії "м'якої сили" у створенні нового образу Китаю. *Китаєзнавчі дослідження*, 1–2, 39–50.
- Кошова, Ю. О. (2018). Символіка ритуальної їжі у святкуванні китайського Нового року. *Українське релігієзнавство*, 87, 95–104.
- Лебедева, І. М. (2025). Традиційні національні свята як фактор розвитку туристичної галузі Китаю. У *Ad orbem per linguas. До світу через мови*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Людина і цифрове суспільство: когніція – мова – освіта – дискурс". Частина 1 (с. 449–451). Київ: Видавничий центр КНЛУ.
- Лу, Б. (2023). культурний вимір "м'якої сили" Китаю. *Історико-політичні процеси сучасного світу*, 48, 63–73.
- Лущик, М., & Витрикуш, П. (2022). Китай як суб'єкт міжнародного туристичного ринку. *Часопис соціально-економічної географії*, 32, 99–109.
- Мандрик, П. (2025, Січень 02). Китай очікує зростання туризму під час святкування свого Нового року. *Київ24*.
<https://kyiv24.news/news/kytaj-ochikuye-zrostannya-turyzmu-pid-chas-svyatkuvannya-svogo-novogo-roku>
- Мандрик, І., & Гнедько, К. (2018). Специфіка розвитку туристичної сфери Китаю. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 10(383), 184–189.
- Мацькович, О. (2021, Чічень 19). М'яка сила як інструмент зовнішньої політики Китаю. *Аналітичний центр "ADASTRA"*.
<https://adastra.org.ua/blog/myaka-sila-yak-instrument-zovnishnoyi-politiki-kitayu>

- Метелешко, Ю. (2023). Культурно-освітній напрям “м’якої сили” Китаю в Україні: інституційний аспект (2007–2021). *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*, 4(34), 37–44.
- Метелешко, Ю. (2023). “М’яка сила” Китаю: напрями та особливості українського наукового дискурсу. *Регіональні студії*, 34, 151–156.
- Метелешко, Ю. (2023). Напрями та інституції “м’якого” впливу Китаю в Україні. *Актуальні проблеми політики*, 72, 93–100.
- Місячний Новий рік: витрати на туризм у Китаї перевищили доковідний рівень. (2024, Лютий 21). *EconomistUA*.
<https://economistua.com/misyachnyj-novyj-rik-vytraty-na-turyzm-u-kytayi-perevyshhyly-dokovidnyj-riven/>
- Романова, А. А. (2017). Особливості виїзного туристичного ринку КНР. *Бізнес Інформ*, 12(479), 48–53.
- Семененко, Г. В. (2012). Традиційна китайська культура в умовах глобалізації. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*, 111 (ч. II), 132–137.
- Смишляев, С. (2023, Січень 08). Китай скасував карантин для подорожувальників. *DW*.
<https://www.dw.com/uk/kitaj-skasuvav-karantin-dla-podorozhuvalnikov/a64317961>
- Стафійчук, В. І., & Москаленко, А. О. (2015). Аналіз виїзного туризму Китаю та портрет китайського туриста. *Географія та туризм*, 33, 61–72.
- Ткачук, Л. (2014). Державне регулювання розвитку туризму у КНР. *Часопис соціально-економічної географії*, 16(1), 127–130.
- У 14-у п’ятирічку в Китаї буде створено 20 державних музеїв нематеріальної культурної спадщини. (2021, Червень 10). *China Radio International Online*.
<https://ukrainian.cri.cn/culture/3425/20210610/674778.html>
- У Китаї в період вихідних з нагоди свята Дуаньбу було здійснено 110 млн внутрішніх туристичних поїздок. (2024, Червень 11). *China Radio International*.
<https://ukrainian.cri.cn/2024/06/11/ARTIYu3N13X63jsREwfkI9CI240611.shtml>
- У Китаї під час свята Середини осені спостерігався туристичний бум. (2024, Вересень 19). *China Radio International*.
<https://ukrainian.cri.cn/2024/09/19/ARTIzNBYgC5UCQHwtEJ8oMNN240919.shtml>
- Чабак, Л. А. (2021). Туристичний потенціал Китаю для українців. *Китаєзнавчі дослідження*, 2, 103–111.
- Шамара, І. М., & Четверікова, І. П. (2017). Сучасний стан та проблеми розвитку туризму в Китаї. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*, 6, 206–211.
- Шаповалова, О. О. (2017). Туристичний напрямок особливого значення. *Україна – Китай*, 1(7).
<https://sinologist.com.ua/turistichnij-napryamok-osoblivogo-zna/>
- Шаповалова, О. О. (2019). Туризм між Китаєм та Україною: сталий розвиток на перспективу. *Україна – Китай*, 15(1).
<https://sinologist.com.ua/shapovalova-o-o-turyzm-mizh-kytayem-ta-ukrayinoyu-stalyj-rozvytok-na-perspektyvu/>
- Beijing’s Spring Festival Temple Fairs in 2025. (2025, January 23). *Beijing, China*.
https://english.beijing.gov.cn/beijinginfo/culture/culturecalendar/activity/202501/t20250123_3997300.html
- Breast cancer survivors among paddlers in Dragon Boat demonstration at Paris 2024. (2024). *International Canoe Federation*.
<https://www.canoeicf.com/news/breast-cancer-survivors-among-paddlers-dragon-boat-demonstration-paris-2024>

- "China travel" continues to heat up as impact of visa-free policies grows. (2025, January 23). *People's Daily Online*.
<https://en.people.cn/n3/2025/0123/c90000-20269722.html>
- China's Tourism Industry Set for Growth in 2025 with Longer Public Holidays. (2025, January 01). *TTW*.
<https://www.travelandtourworld.com/news/article/chinas-tourism-industry-set-for-growth-in-2025-with-longer-public-holidays/>
- Dongdong, Ch., & Bondar, A. (2022). Popularization of chinese national traditional kinds of sports. *Науковий часопис Українського державного університету імені Михайла Драгоманова*, 6(151), 9–13.
[https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series15.2022.6\(151\).01](https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series15.2022.6(151).01)
- Eberhard, W. (1958). *Chinese Festivals*. New York: H. Wolff.
- Experience Chinese New Year Through Intangible Cultural Heritage. (2024, December 27). *Beijing, China*.
https://english.beijing.gov.cn/beijinginfo/culture/culturecalendar/exhibit/202501/t20250108_3983090.html
- Graphics: Spring Festival tourism and consumption boom in China. (2025, February 05). *CGTN*.
<https://news.cgtn.com/news/2025-02-05/Spring-Festival-tourism-and-spending-surge-in-China-1AKjSoAbRu0/p.html>
- Jingjing, M. (2024, October 09). China's Golden Week holidays record 765m domestic trips. *People's Daily Online*.
<http://en.people.cn/n3/2024/1009/c90000-20227033.html>
- Key results. International tourist arrivals recover pre-pandemic levels in 2024. (2025). *World Tourism Barometer*, 23(1), 3–4.
- Law of the People's Republic of China on Intangible Cultural Heritage. (2011, February 25).
<https://www.wipo.int/wipolex/en/text/336567>
- Liang, R. (2025, February 06). Inbound tourism sees record growth during 2025 Spring Festival holidays. *The Global Times*.
<https://www.globaltimes.cn/page/202502/1327916.shtml>
- Liu, J., & Tayir, H. (2025, February 05). China touts record spending over Lunar New Year holiday. *CNN Business*.
<https://edition.cnn.com/2025/02/05/business/china-record-spending-lunar-new-year-intl-hnk/index.html>
- McClain, J. (2025, October 27). China's tourism ties deeper across asia amid global recovery. *Tourism Review News*.
<https://www.tourism-review.com/chinas-tourism-impacts-regional-economies-news15159>
- Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. China. (2024). *UNESCO. List of Intangible Cultural Heritage*.
[https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country\[\]=00045&multinational=3#tabs](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country[]=00045&multinational=3#tabs)
- The Department of European Affairs of the Ministry of Foreign Affairs Organizes Diplomatic Envoys in China to Appreciate Intangible Cultural Heritage and Rejoice in the Chinese New Year. (2025, February 08). *Ministry of Foreign Affairs The People's Republic of China*.
https://www.mfa.gov.cn/eng/xw/wjbxw/202502/t20250208_11551564.html
- Tourist Arrivals. (2024). *Trading Economics*.
<https://tradingeconomics.com/country-list/tourist-arrivals>

REFERENCES

- Basiuk, D. (2020). Stan i perspektyvy rozvytku ukrainsko-kytaiskoho spivrobitnytstva u turystychnii sferi. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Serii: Turyzm*, 3(1), 46–54.
- Basiuk, D.I., Mostenska, T.L., Rudnieva, M.H., & Arabadzhyskyi, O.I. (2021). Stan i perspektyvy rozvytku hotelnoi industrii Kytaiskoi Narodnoi Respubliki. *Industriia turizmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi*, 2, 14–20.
- Vlasenko, L.V., Pankova, M.O., & Parkhomenko, E.E. (2022). Stan ta perspektyvy rozvytku vyznogo turizmu z KNR do Ukrainy. *Industriia turizmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi*, 5, 28–35.
- Vnutrishnii turpotik Kytau u 2024 rotsi perevyschyv 5,6 mlrd liudei za raz. (2025, Sichen 23). *CGTN*.
<https://ukrainian.cri.cn/2025/01/23/ARTI1737614716740298>
- Haponenko, H., Yevtushenko, O., & Shamara, I. (2024). Osoblyvosti rozvytku kulturnoho turizmu v Kytai. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina*, 20, 52–59.
- Homov, D.V. (2007–2008). Turystychna industriia Kytau: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku (za materialamy internet-dzherel). *Ukrainska oriientalistyka*, 2–3, 251–256.
- Dobrianska, N.A., Lebedieva, V.V., Krupitsa, I.V., & Shashyna, A.V. (2024). Mizhnarodne rehuliuвання turystskoi diialnosti Kytau yak osnova zastosuvannya dosvidu dlia vitchyznianoï ekonomiky. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*, 9(1), 256–260.
- Dorosh, L., & Yablonska, M. (2021). “Miaka” syła Kytau: otsinka efektyvnosti ta reaktsiia na suchasni vyklyky. *Humanitarni vizii*, 7(2), 22–27.
- Diakova, Ye.O. (2013). Spivrobitnytstvo mizh Ukrainoiu ta Kytaiskoiu Narodnoi Respublikoiu v sferi turizmu. *Heohrafiia ta turizm*, 25, 18–25.
- El, D. (2022, Hruden 07). Kytai vidmovliaetsia vid polityky “nulovoho COVID”. *DW*.
<https://www.dw.com/uk/protesti-podiali-kitaj-vidmovlaetsia-vid-politiki-nulovogo-covid/a-64003879>
- Zharykova, A. (2023, Berezen 14). Kytai vpershe z pochatku pandemii povnistiu vidkryvaie kordony dlia inozemtsiv. *Ekonomichna pravda*.
<https://epravda.com.ua/news/2023/03/14/698020/>
- Za pidsumkamy pershoho pivrichchia 2025 roku vnutrishnii turpotik u Kytai perevyschyv 3,28 mlrd liudei za raz, shcho na 20,6% bilshe, nizh za analohichnyi period mynuloho roku. (2025, Serpen 04). *CGTN*.
<https://ukrainian.cgtv.com/2025/08/04/ARTI1754292806265980>
- Kytai dozvolyt bezvizovyi vizd hromadianam piaty krain YeS. (2023, Lystopad 24). *Dzerkalo tyzhnia*.
<https://zn.ua/ukr/POLITICS/kitaj-dozvolit-bezvizovij-vjizd-hromadjanam-pjati-krajin-jes.html>
- Kytai opublikuvav novyi piatyrichnyi plan rozvytku kultury i turizmu. (2021, Cherven 06). *China Radio International Online*.
<https://ukrainian.cri.cn/culture/3425/20210604/672215.html>
- Kytai skasovue karantyn dlia mandrivnykiv z 8 sichnia. (2022, Hruden 08). *Suspilne. Novyny*.
<https://suspilne.media/346984-kitaj-skasovue-karantin-dla-mandrivnykiv-z-8-sicna/>
- Kiktenko, V.O. (2015). “Kytaiska mriia” yak teoriia novoho etapu modernizatsii KNR. *Skhidnyi svit*, 3, 106–114.

- Kiktenko, V.O. (2021). Rol teorii "miakoi syly" u stvorenni novoho obrazu Kytaiu. *Kytaieznavchi doslidzhennia*, 1–2, 39–50.
- Lu, B. (2023). kulturnyi vymir "miakoi syly" Kytaiu. *Istoryko-politychni protsesy suchasnoho svitu*, 48, 63–73.
- Koshova, Yu.O. (2018). Symvolika rytualnoi yizhi u sviatkuvanni kytaiskoho Novoho roku. *Ukrainske relihiieznavstvo*, 87, 95–104.
- Lebedieva, I.M. (2025). Tradytiini natsionalni sviata yak faktor rozvytku turystychnoi haluzi Kytaiu. U *Ad orbem per linguas. Do svitu cherez movy : materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii "Liudyna i tsyfrove suspilstvo: kohnitsiia – mova – osvita – dyskurs"*. Chastyna 1 (s. 449–451). Kyiv: Vydavnychiy tsentr KNLU.
- Lushchuk, M., & Vytrykush, P. (2022). Kytai yak subiekt mizhnarodnoho turystychnoho rynku. *Chasopys sotsialno-ekonomichnoi heohrafiy*, 32, 99–109.
- Mandryk, P. (2025, Sichenn 02). Kytai ochikuie zrostannia turyzmu pid chas sviatkuvannia svoho Novoho roku. *Kyiv24*.
<https://kyiv24.news/news/kytaj-ochikuye-zrostannya-turyzmu-pid-chas-svyatkuvannya-svogo-novogo-roku>
- Mandryk, I., & Hnedko, K. (2018). Spetsyfika rozvytku turystychnoi sfery Kytaiu. *Naukovyi visnyk Shkhidnoevropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, 10(383), 184–189.
- Matskovych, O. (2021, Chichen 19). Miaka syla yak instrument zovnishnoi polityky Kytaiu. *Analitychnyi tsentr "ADASTRA"*.
<https://adastra.org.ua/blog/myaka-sila-yak-instrument-zovnishnoyi-politiki-kitayu>
- Meteleshko, Yu. (2023). Kulturno-osvitnii napriam "miakoi syly" Kytaiu v Ukraini: instytutsiinyi aspekt (2007–2021). *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho*, 4(34), 37–44.
- Meteleshko, Yu. (2023). "Miaka syla" Kytaiu: napriamy ta osoblyvosti ukrainskoho naukovoho dyskursu. *Rehionalni studii*, 34, 151–156.
- Meteleshko, Yu. (2023). Napriamy ta instytutsii "miakoho" vplyvu Kytaiu v Ukraini. *Aktualni problemy polityky*, 72, 93–100.
- Misiachnyi Novyi rik: vytraty na turizm u Kytai perevyschchyly dokovidnyi riven. (2024, Liutyi 21). *EconomistUA*.
<https://economistua.com/misyachnyj-novyj-rik-vytraty-na-turizm-u-kytai-perevyschchyly-dokovidnyi-riven/>
- Romanova, A.A. (2017). Osoblyvosti vyiznoho turystychnoho rynku KNR. *Biznes Inform*, 12(479), 48–53.
- Semenenko, H.V. (2012). Tradytiina kytaiska kultura v umovakh hlobalizatsii. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*, 111 (ch. II), 132–137.
- Smyshlaiev, S. (2023, Sichenn 08). Kytai skasuvav karantyn dlia podorozhuvalnykiv. *DW*.
<https://www.dw.com/uk/kitaj-skasuvav-karantin-dlia-podorozhuvalnykiv/a-64317961>
- Stafichuk, V.I., & Moskalenko, A.O. (2015). Analiz vyiznoho turyzmu Kytaiu ta portret kytaiskoho turysta. *Heohrafiia ta turizm*, 33, 61–72.
- Tkachuk, L. (2014). Derzhavne rehuliuвання rozvytku turyzmu u KNR. *Chasopys sotsialno-ekonomichnoi heohrafiy*, 16(1), 127–130.
- U 14-u piatyrychku v Kytai bude stvoreno 20 derzhavnykh muzeiv nematerialnoi kulturnoi spadshchyny. (2021, Cherven 10). *China Radio International Online*.
<https://ukrainian.cri.cn/culture/3425/20210610/674778.html>
- U Kytai v period vykhidnykh z nahody sviata Duanu bulo zdiisнено 110 mln vnutrishnykh turystychnykh poizdok. (2024, Cherven 11). *China Radio International*.
<https://ukrainian.cri.cn/2024/06/11/ARTIYu3N13X63jsREwfkI9CI240611.shtml>

- U Kytai pid chas sviata Seredyny oseni sposterihavsia turystychnyi bum. (2024, Veresen 19). *China Radio International*.
<https://ukrainian.cri.cn/2024/09/19/ARTIzNBYgC5UCQHwtEJ8oMNN240919.shtml>
- Chabak, L.A. (2021). Turystychnyi potentsial Kytaiu dlia ukrainsiv. *Kytaiezhnavchi doslidzhennia*, 2, 103–111.
- Shamara, I.M., & Chetverikova, I.P. (2017). Suchasnyi stan ta problemy rozvytku turyzmu v Kytai. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina*, 6, 206–211.
- Shapovalova, O.O. (2017). Turystychnyi napriamok osoblyvoho znachennia. *Ukraina – Kytai*, 1(7).
<https://sinologist.com.ua/turistichnij-napryamok-osoblivogo-zna/>
- Shapovalova, O.O. (2019). Turyzm mizh Kytaiem ta Ukrainoiu: stalnyi rozvytok na perspektyvu. *Ukraina – Kytai*, 15(1).
<https://sinologist.com.ua/shapovalova-o-o-turyzm-mizh-kytayem-ta-ukrayinoyu-stalij-rozvytok-na-perspektyvu/>
- Beijing's Spring Festival Temple Fairs in 2025. (2025, January 23). *Beijing, China*.
https://english.beijing.gov.cn/beijinginfo/culture/culturecalendar/activity/202501/t20250123_3997300.html
- Breast cancer survivors among paddlers in Dragon Boat demonstration at Paris 2024. (2024). *International Canoe Federation*.
<https://www.canoeicf.com/news/breast-cancer-survivors-among-paddlers-dragon-boat-demonstration-paris-2024>
- “China travel” continues to heat up as impact of visa-free policies grows. (2025, January 23). *People's Daily Online*.
<https://en.people.cn/n3/2025/0123/c90000-20269722.html>
- China's Tourism Industry Set for Growth in 2025 with Longer Public Holidays. (2025, January 01). *TTW*.
<https://www.travelandtourworld.com/news/article/chinas-tourism-industry-set-for-growth-in-2025-with-longer-public-holidays/>
- Dongdong, Ch., & Bondar, A. (2022). Popularization of chinese national traditional kinds of sports. *Науковий часопис Українського державного університету імені Михайла Драгоманова*, 6(151), 9–13.
[https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series15.2022.6\(151\).01](https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series15.2022.6(151).01)
- Eberhard, W. (1958). *Chinese Festivals*. New York: H. Wolff.
- Experience Chinese New Year Through Intangible Cultural Heritage. (2024, December 27). *Beijing, China*.
https://english.beijing.gov.cn/beijinginfo/culture/culturecalendar/exhibit/202501/t20250108_3983090.html
- Graphics: Spring Festival tourism and consumption boom in China. (2025, February 05). *CGTN*.
<https://news.cgtn.com/news/2025-02-05/Spring-Festival-tourism-and-spending-surge-in-China-1AKjSoAbRu0/p.html>
- Jingjing, M. (2024, October 09). China's Golden Week holidays record 765m domestic trips. *People's Daily Online*.
<http://en.people.cn/n3/2024/1009/c90000-20227033.html>
- Key results. International tourist arrivals recover pre-pandemic levels in 2024. (2025). *World Tourism Barometer*, 23(1), 3–4.
- Law of the People's Republic of China on Intangible Cultural Heritage. (2011, February 25).
<https://www.wipo.int/wipolex/en/text/336567>

- Liang, R. (2025, February 06). Inbound tourism sees record growth during 2025 Spring Festival holidays. *The Global Times*.
<https://www.globaltimes.cn/page/202502/1327916.shtml>
- Liu, J., & Tayir, H. (2025, February 05). China touts record spending over Lunar New Year holiday. *CNN Business*.
<https://edition.cnn.com/2025/02/05/business/china-record-spending-lunar-new-year-intl-hnk/index.html>
- McClain, J. (2025, October 27). China's tourism ties deeper across asia amid global recovery. *Tourism Review News*.
<https://www.tourism-review.com/chinas-tourism-impacts-regional-economies-news15159>
- Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. China. (2024). *UNESCO. List of Intangible Cultural Heritage*.
[https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country\[\]=00045&multinational=3#tabs](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country[]=00045&multinational=3#tabs)
- The Department of European Affairs of the Ministry of Foreign Affairs Organizes Diplomatic Envoys in China to Appreciate Intangible Cultural Heritage and Rejoice in the Chinese New Year. (2025, February 08). *Ministry of Foreign Affairs The People's Republic of China*.
https://www.mfa.gov.cn/eng/xw/wjbxw/202502/t20250208_11551564.html
- Tourist Arrivals. (2024). *Trading Economics*.
<https://tradingeconomics.com/country-list/tourist-arrivals>

Дата надходження до редакції 05.11.2025 р.
Ухвалено до друку 20.11.2025 р.



CC Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)