

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ЭПОХИ ЭДО КАК ФАКТОР
ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕРЕСА РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ К ЯПОНИИ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 _____ курса 421 _____ группы

направления 43.03.02 - Туризм

Института истории и международных отношений

Каликиной Марины Андреевны

Научный руководитель

доцент, к.и.н., доцент
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

О.В. Королева
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

профессор, д.э.н., профессор
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т.В. Черевичко
инициалы, фамилия

Введение

Эпоху Эдо по праву можно назвать одной из самых запоминающихся эпох в японской истории. Ведь именно культура эпохи Эдо во многом сформировала тот самый облик «старой Японии» в сознании туристов, который представляют при упоминании этой страны: обворожительные гейши и могучие самураи, одинокие ронины и бедные сборщики риса.

Актуальность данной темы определяется в первую очередь заинтересованностью правительств Японии и России в развитии положительных политических и экономических отношений между ними, что напрямую влияет на рост туризма; в обмене культурными традициями и ценностями. Культура, появившаяся в период эпохи Эдо представляет собой собирательный образ классической Японии, который всплывает в сознании россиян. Туристы зачастую представляют Японию либо как одну из самых современных стран, в которой создаются роботы и совершаются открытия в сфере технологий, либо как старинную и таинственную территорию, которая смогла сохранить дух прошедших времён.

При изучении данной темы были использованы различные источники: научные статьи, монографии, специализированные журналы и блоги, интернет-ресурсы и архивы, энциклопедии, мемуары, сборники.

Многие специалисты, такие как Кривко А. С.¹, Казаков О. И.², Булганина С. В., Лебедева Т. Е., Лабазова А. В., Белоусова К. В.³, Борисенко Д. А.⁴ также поднимали вопрос отношений Японии и России и раскрывали многие аспекты и проблемы, которые препятствуют их развитию и последующему улучшению. В этих работах поднимались вопросы о перспективах развития туризма.

¹ Кривко А.С. Перспективы развития туризма между Россией и Японией // Международный студенческий научный вестник. 2018. Вып. № 4. С. 973-975.

² Казаков О.И. Об отношении японцев к другим странам и россиян к Японии в 2018 году // Восточная Азия: факты и аналитика. 2019. Вып. № 1. С. 24–36.

³ Булганина С. В., Лебедева Т. Е., Лабазова А. В., Белоусова К. В. Исследование предпочтений на туры в Японию // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. Вып. №3. С. 128-131.

⁴ Борисенко Д.А. Анализ предложения и спроса на туры в Японию // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования. 2018. Вып. № 11. С. 418-423.

Говоря об изученности проблемы, можно сказать, что имеется большое количество исторических материалов. Существует множество исторических материалов, рассказывающих об истории Японии, её развитии и эпохах. Как раз одной из эпох становления Японии и является эпоха Эдо или же эпоха Токугава. Она привлекла таких историков и ученых как Прасол А.⁵, Джордж А. Де-Вос и Хироши Вагатсума⁶, Дьяконова Е.М.⁷, Лебедева И.П.⁸ своей культурной составляющей – в то время развивалось искусство, появлялись театры, новые виды рисования, церемонии, получали популярность ответвления в поэзии. Существует много научных статей, рассказывающих о развитии культуры в эпоху Эдо.

Поэтому целью бакалаврской работы является – изучение культуры эпохи Эдо и перспектив формирования интереса к наследию этой эпохи на российском туристском рынке.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. изучить историю развития культуры Японии в период эпохи Эдо;
2. проанализировать памятные места, достопримечательности и наследие, связанные с эпохой Эдо (1603—1868);
3. Проанализировать спрос на Японию на российском туристском рынке
4. Изучить рынок и предложения культурных туров в Японию
5. Выявить составляющие образа Японии и эпохи Эдо в сознании российских туристов
6. Создать на основе полученной о туристских предпочтениях, состоянии рынка, Японии и её культуре информации тур,

⁵ Прасол А. От Эдо до Токио и обратно: культура, быт и нравы Японии эпохи Токугава // М.: издательство Corpus, 2012. С. 425.

⁶ George A. De Vos, Hiroshi Wagatsuma. Japan`s Invisible Race: Caste in Culture and Personality // University of California Press, 1966. С. 415.

⁷ Дьяконова Е.М. Образы Японии в поэзии Серебряного века // Ежегодник Япония. 2017. №46. С. 283-306.

⁸ Лебедева И.П., Саркисов К.О. Японский феномен глазами российских японоведов: Научное издание // Под ред. Лебедевой И. П., Мещерякова А. Н. и Стрельцова Д. В. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. С. 400.

направленный на повышение туристского интереса к Японии, а в основном к культуре эпохи Эдо, формирование туристского образа этой эпохи в сознании туристов.

Практическая значимость данной работы заключается в разработке культурного тура с посещением основных достопримечательностей Японии, имеющие культурную или материальную связь с эпохой Эдо. Тур могут использовать как турфирмы европейской части России, так и дальневосточные, в особенности они, так как с этих территорий намного дешевле доехать в Японию, нежели с Европейской. Данный тур станет актуальным для многих туристических организаций после официального утверждение безвизового режима для российских туристом.

Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

Основное содержание

Первая глава «Япония как дестинация российского выездного туризма: анализ спроса и предложений культурных туров» посвящена изучению рынка российского туризма в направлении «Япония».

Япония долгое время была закрытой для посещения страной, и в связи с появлением возможности посетить данную страну спрос на туры в Японию резко возрос. Закономерно и у россиян начал появляться интерес к стране, к её культуре и достопримечательностям. Япония – уникальная страна, которая совмещает в себе высокоразвитые технологии и древнюю культуру.

Можно сказать, что главным ограничителем российского туристского спроса являются материальные средства (будет справедливо уточнить, что именно в России и странах СНГ их недостаток является главнейшей проблемой развития туризма). Япония – недешёвое удовольствие, а главное, в большинстве случаев, является даже привилегией элитарного общества.

Большинство туристов, выезжающих в Японию, выбирают независимые от турфирм путешествия, то есть сами организуют свои путешествия, анализируя отзывы и советы других путешественников (особенно актуально для

таких туристов советы типа «как сохранить больше средств?», «как без потерь съездить за границу?» и так далее). Обычно российские туристы едут либо со своей парой/другой/членом семьи, то есть небольшой группой, либо совсем в одиночку. Несмотря на то, что количество туристов, которым нравятся путешествовать самостоятельно растёт, количество туристов, которые прибегают к услугам турфирм остаётся большим. Российские туристы ко всему прочему предпочитают именно такой вид туризма, молодые туристы (от 25 лет) зачастую сами составляют свою турпрограмму, покупают билеты, бронируют место жительства и так далее. Также в целом туры в Японию приобретают туристы с доходом выше среднего. В среднем время нахождения на территории страны составляет 7-10 дней.

Нельзя сказать, что Япония не интересует и не привлекает российских туристов. Но многие факторы так или иначе тормозят развитие русско-японских отношений в сфере туризма. Из последних – падение рубля, пандемия коронавируса, из постоянных – неразрешённых вопрос о Курильских островах, который сильно влияет на то, как к нам относится принимающая сторона. Бесспорно, Япония сейчас не является популярным направлением у российских туристов, но каждый российский турист, побывавших в этой самобытной стране всегда остаётся под сильным впечатлением, а потому что спрос будет медленно, но расти.

Естественно, если есть какой-либо спрос, то будут и предложения. Исходя из анализа предложений туроператоров можно сделать вывод о том, что интересует российского туриста больше всего. В первую очередь – это столица Японии – Токио, и в принципе не один тур в Японию не будет создан без посещения данного города. Токио – яркий пример воплощения образа современной Японии – сочетающий в себе технологии и традиции. Токио привлекает своими современными районами типа Сибуя или Акихабара, а также своими храмами и дворцами, самый известный, конечно, Императорский Дворец. Часто в Токио (иногда и в Киото) едут с целью наблюдения цветущей сакуры – количество таких туров огромно, можно сделать вывод, что на это

повлиял туристский спрос. Далее – гора Фудзияма, что включается в тур часто, так как она находится рядом с Токио. Города – Киото и Осака – интересуют российских туристов своей насыщенной культурной программой, большим количеством храмов и объектов наследия ЮНЕСКО. Особенно часто российские туристы упоминают и выражают желание посетить храм Химэдзи, что находится в регионе Кансай. Следующие по популярности места города Нара, Никко и Камакура – одни из самых древних городов Японии.

В рамках второй главы «Культурное наследие эпохи Эдо в туристском пространстве японских городов Токио, Осака и Киото» были изучены исторические предпосылки формирования современного образа Японии через эпоху Эдо.

Культурно-историческое наследие Японии имеет большой спрос на туристском рынке. Знакомство с культурно-историческими объектами является сильным побудительным мотивом для туристов с целью посещения Японии. Эпоха Эдо оставила после себя большое количество культурных образов, которые закрепились и сейчас, а также активно используются в качестве способа привлечения туристов. Например, всеми известные гейши или период любования сакуры – ханами. В этот период получили свою популярность театры бунраку, искусство укие-э.

Изучив культурное достояние таких городов как Токио, Киото и Осака, был сделан вывод, что все три города хранят наследие эпохи Эдо. Токио хранит в себе большее количество культурно-исторических достопримечательностей эпохи Эдо и это закономерно, ведь именно этот город был резиденцией клана Токугава на протяжении более двух столетий и до сих пор является столицей Японии. Например, район Асакуса, мост Нихонбаси, территория Императорского дворца с находящимися там остатками дворца правящий в тот период династии (Токугава), рынок Цукидзи, парк Сендзюку Геён, музеи гравюр укиё-э, музей Эдо-Токио и многие другие объекты.

Для большинства туристов город Киото является синонимом традиционной японской культуры. В этом городе наиболее полярная культура

гейш – на территории Киото находятся знаменитый район Гион, где турист могут полюбоваться девушками и их танцами. Помимо того, что в Киото можно увидеть гейш, здесь также можно увидеть место, в котором жили императоры эпохи Эдо. Замок Нидзё-дзе был построен по приказу Иэясу, чтобы тот служил императору местом проживания. Сегодня замок Нидзё-дзе причислен к Всемирному наследию ЮНЕСКО

В Осаке располагается один из самых популярных театров, где до сих пор проводятся выступления под названием «бунраку» - кукольный японский театр. Напрямую Осаку с эпохой Эдо связывает Осацкий замок, на территории которого могут поведать о военных стратегиях сёгунов династии Токугава.

Несмотря на некоторые негативные аспекты (в основном политические) в отношении россиян к Японии, в целом они настроены позитивно к этой стране. Японская культура постепенно набирает популярность среди россиян, в особенности у подрастающего поколения. Начиная с 20-ого века японская культура начинает оказывать своё влияния на россиян. На сегодняшний день лавными ассоциациями россиян с Японией являются: гейши, самураи, древние храмы, церемонии чаепития, что в целом и отражает «классическую Японию», технологии и технологический прогресс, а также анимационное кино – аниме, манга. Образ Японии для российских туристов представляет из себя сборную солянку её культур различных эпох (современной и прошедших), но главным наполнением этого образа остаются конкретно те культурные аспекты, что образовались и получили свою популярность в период эпохи Эдо.

Третья глава «Проектирование и продвижение тура как способ актуализации туристского интереса к культурному наследию эпохи Эдо» были изучены туристские ресурсы эпохи Эдо и на их основе был сформирован тур, калькуляция и способы его продвижения на российский туристский рынок.

В работе представлен кольцевой познавательный-культурный тур по Японии, а конкретнее по трём городам страны Токио-Осака-Киото продолжительностью 6 дней/5 ночей, рассчитанный на туристов молодого и

среднего возраста (от 25 лет) с уровнем дохода выше среднего (от 170 тысяч рублей).

Целями данного тура являются:

- Знакомство с историей и культурой Японии периода эпохи Эдо
- Приобщение к японской культуре, кухне, её особенностях (постройки древних зданий, менталитета населения)

Программа тура:

- 1 день. Прилёт. Экскурсии по Токио и первое знакомство с эпохой Эдо.
- 2 день. Свободный день для туристов с целью шоппинга и самостоятельных прогулок.
- 3 день. Экскурсии по Осаке, продолжение изучения истории эпохи Эдо.
- 4 день. Экскурсии по Киото, продолжение изучения истории эпохи Эдо.
- 5 день. Отдых в окрестностях Киото в онсэне (горячие источники).
- 6 день. Отправление домой.

Представленный тур подойдёт всем, кто хочет углубиться в историю Японии. Он подойдёт и тем, кто первый раз едет в Японию, и тем, кому интересна конкретна историческая составляющая страны. Особенность тура заключается в его тематике – выбор определённой эпохи, конкретно эпохи Эдо. Обычный тур по Японии, в основном такие называются «классическими» представляют из себя поездку по самым известным историческим постройкам Токио, Киото и других более мелких городов в их округе

В средства продвижения указанного тура были включены следующие мероприятия: создание собственного бренда «Путь Эдо: окупись в прошлое» посредством логотипа и слогана; реклама тура в журналах, у популярных блогеров, которые рассказывают о Японии, создание блога с целью знакомства и охвата большего количества потенциальных клиентов.

Заключение.

Спрос на Японию как туристский продукт в настоящее время не является приоритетным для российских туристов, однако до начала пандемии коронавирусной инфекции и ужесточения санитарных норм в Японии имел

положительные тенденции (сейчас нельзя сказать точно, как будет развиваться туризм в направлении Японии после завершения пандемии). В настоящее время Япония испытывает «туристский дефицит», как со стороны российских туристов, так и в общем, со стороны других иностранных туристов. Необходимо отметить тот факт, что Япония по-прежнему остается популярным направлением у Китая, Южной Кореи и Тайвани.

В первую очередь Япония привлекает своим умелым сочетанием двух эпох в одном целом: рестораны с роботами рядом с храмами и чайные домики, технологические районы, граничащие с достояниями ЮНЕСКО. И можно сказать точно, что «древняя» сторона Японии в настоящий момент имеет большую популярность, нежели техническая. Для России как японская культура, так и её архитектура является уникальной и необычной, и по этой причине вызывающей туристский интерес. Эпоху же Эдо (эпоха Токугава) можно назвать фундаментом при создании в глазах иностранцев того самого «традиционного» образа Японии. В этот исторический период появился такой класс артистов как гейши, расцвело литературное искусство хайку и театральные направления кабуки и бунраку; появилась культура любованием сакуры – ханами; архитектура менялась и появлялись новые, характерные только этому периоды черты – более пышные и украшенные фасады.

Однако, в ходе исследования стало ясно, что Япония является не дешёвым направлением, и, хотя это кажется всем понятным, но самыми дорогими услугами в настоящий момент для русских туристов являются услуги русскоговорящих гидов, способных провести экскурсию по необходимым местам. Можно сделать вывод, что такие услуги имеют свой спрос, иначе бы они пропали с рынка как ненужный товар. Перелёт и проживание в Японии не стоит дороже средних европейских цен, поэтому это направление можно с уверенностью назвать не таким уж и недостижимым. В связи с этим можно сделать вывод, что данное направление не должно уступать, например, Китаю или Таиланду как турпродукт. И если не брать в расчёт групповые туры, то для самостоятельного путешествия данное направления может оказаться не особо

дорогим (от 60 тысяч до 100 000). Для россиян был упрощён процесс получения визы, исходя из чего попасть в эту страну после окончания пандемии коронавируса, российским гражданам будет проще. Также правительства государств стараются сотрудничать на почве территориальных вопросов, которые до сих пор остаются открытыми.

В ходе бакалаврской работы были изучены материалы по эпохе Эдо, и исследованы основные достопримечательности и культурные особенности, так или иначе связанные с этим периодом, исходя из которых был создан тур «Путь Эдо». Тур включает в себя основные культурные и исторические точки, рассказывающие о разных эпохах становления эпохи Эдо, культуры и традициях того периода. Является культурно-познавательным, с тематически-исторической направленностью на 6 дней/5 ночей, рассчитанный на туристов среднего возраста – от 25 лет – и с заработком выше среднего. Данный тур не рассчитан на семейные пары с детьми, так как многие экскурсии требуют внимания туриста и сдержанности, а, как известно, внимание ребёнка ещё нужно захватить. Также данный тур не рекомендуется пожилым туристам в связи с весьма активной туристической программой и частыми пешими экскурсиями. В ходе тура турист посетит три основных японских города: Токио, Осака и Киото. В столице Японии турист посетит такие достопримечательности как Императорский дворец, парк Синдзюку-Гёэн, музей Эдо-Токио и район Асакуса; в Осаке турист посетит Осацкий замок, рынок Куромон, Национальный театр бунраку и квартал Темма (Темма); в культурной столице Киото турист посетит Императорскую Виллу Кацура, замок Нидзё-дзэ, район Гион и район киотской кухни Понто-тё. В каждой точке турист узнает что-то новое об эпохе Эдо, и формировавшейся тогда культуре, вместе с этим изучит архитектуру и традиции тех времён, что так или иначе сохраняются и сейчас в повседневном Токио.