

УДК [338.48-6:7/8]:616.98-036.2(476:510)

UDC [338.48-6:7/8]:616.98-036.2(476:510)

## СОСТОЯНИЕ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКО- КИТАЙСКОГО КРОСС- КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

## STATE AND STRATEGIES OF DEVELOPMENT OF BELARUSIAN-CHINESE CROSS-CULTURAL TOURISM IN THE CONDITIONS OF PANDEMIC

**Ли Вэйвэй,**  
аспирант кафедры  
культурологии БГУ

**Li Weiwei,**  
Postgraduate Student of the Department  
of Cultural Studies, BSU

Поступила в редакцию 27.10.22.

Received on 27.10.22.

Всеобъемлющее распространение коронавируса нанесло серьезный удар по развитию мировой туристической индустрии, которая является одним из важных коммуникационных каналов для межкультурного обмена. Эпидемия практически прервала деятельность, связанную с культурным туризмом в различных странах мира, и это также оказало определенное влияние на культурную коммуникацию между Китаем и Беларусью. В предлагаемой статье раскрываются условия и факторы развития туризма в Китае и Беларуси, совместная политика, проводимая двумя странами для содействия культурному обмену, а также характеризуется состояние культурного туризма в условиях пандемии. В настоящей статье предлагается использовать политику сотрудничества между нашими странами для стимулирования международного туризма: продвигать интеграцию в области научно-технического и культурного туризма, снимать ограничения на традиционный межкультурный обмен. Это будет способствовать ускоренному возобновлению межкультурной коммуникации между двумя странами после пандемии и быстрому восстановлению культурно-туристической индустрии.

*Ключевые слова:* кросс-культурный туризм, пандемия, совместная культурная политика, межкультурная коммуникация, инновационные технологии.

The overall spread of coronavirus has seriously struck the development of world tourism industry that is one of the important communication channels for intercultural exchange. The epidemic has practically interrupted the activity connected with cultural tourism in different parts of the world, and this also made a certain impact of cultural communication between China and Belarus. The suggested article reveals the conditions and factors of development of tourism in China and Belarus, joint policy conducted by the two countries for contribution to cultural exchange, as well as characterizes the state of cultural tourism in the conditions of pandemic. This article suggests using the policy of cooperation between our countries for stimulation of international tourism: promote integration in the sphere of scientific-technical and cultural tourism, lift the restrictions for traditional intercultural exchange. This will contribute to accelerated renewal of intercultural communication between two countries after the pandemic and rapid recovery of cultural-touristic industry.

*Keywords:* cross-cultural tourism, pandemic, joint cultural policy, intercultural communication, innovational technologies.

**Введение.** На современном этапе экономической глобализации и мировой интеграции индустрия туризма в различных странах мира вступила в период быстрого развития и даже стала основной экономической опорой целого ряда стран и регионов. До пандемии на туризм приходилась четверть всех новых рабочих мест в мире, что составляло 10,6 % (334 миллиона) всех рабочих мест и 10,4 % мирового ВВП на общую сумму 99,2 трлн долларов США. В то же время в 2019 г. международные туристы потратили 11,7 трлн долларов США, что составляет 6,8 % от общего объема экспорта и 27,4 % от мирового экспорта услуг [1]. После

удовлетворения основных потребностей туризм стал важным способом удовлетворения духовных потребностей людей. Туризм – комплексная социальная и культурная деятельность. Его сущность заключается в том, что люди знакомятся с различными культурами и ищут между ними культурные различия. Поэтому развитие туризма неразрывно связано с культурой.

Туризм – это комплексная отрасль, которая охватывает все аспекты жизни людей. С постоянным повышением уровня потребностей людей туризм не только предоставляет туристам возможность посещения достопримечательно-

стей и выставок, но и выполняет комплексные услуги, такие как транспорт, питание, развлечения, шопинг и т. д. В процессе получения этой серии услуг туристы также знакомятся с культурными обычаями разных стран. Кроме того, культурные реликвии, памятники и обычаи, накопленные различными регионами и странами на протяжении истории, не только обладают культурной ценностью, но и являются богатыми туристическими ресурсами. В целях привлечения туристов работники данной сферы продвигают туристические ресурсы, объединяя различия и уникальность национальных культур, интегрируя культурные обычаи в индустрию туризма и разрабатывая все больше туристических продуктов с географическими и культурными характеристиками. В то же время туризм также является важным средством межкультурной коммуникации между регионами и странами. Культура должна распространяться и передаваться посредством человеческой деятельности. Туризм как активная деятельность людей с целью знакомства с различными условиями эффективно способствует распространению культуры, а также максимальному уровню использования и защиты культурных ресурсов. В дополнение к материальным культурным ресурсам, которые могут быть превращены в туристические, нематериальное культурное наследие и нематериальные культурные ресурсы различных регионов и стран с развитием науки и техники также постепенно материализуются.

*Основная часть.* Туризм как вид деятельности, который может эффективно способствовать культурному обмену, имеет благоприятные тенденции развития в Китае и Беларуси. Благодаря политике реформ и открытости в Китае и его непрерывному экономическому развитию китайская туристическая индустрия постепенно стала важной опорой экономического развития страны. Согласно статистике, в 2019 г. совокупный вклад индустрии туризма Китая в общий ВВП увеличился с 10,39 % в 2014 г. до 11,05 %. В 2019 г. общий доход от туризма составил 6,63 трлн юаней, увеличившись на 11 % по сравнению с предыдущим годом. Число внутренних туристов достигло 6,006 млрд, увеличившись на 8,4 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, в то время как общее число въезжающих и выезжающих туристов достигло 300 млн, увеличившись на 3,1 % по сравнению с предыдущим годом. При быстром развитии экономики Китая нельзя было игнорировать преимущества туризма и притока людей. Беларусь – важный стратегический партнер Китая. Для Беларуси туристическая индустрия также стала одной из важных целей развития в последнее время.

Согласно статистике, совокупный вклад туристической отрасли в экономику Беларуси в 2019 г. составил 6,4 % от общего объема ВВП [2]. Из этих данных видно, что туризм и Китая, и Беларуси активно развивается. Для содействия дальнейшему развитию обеих стран, в дополнение к политическому и экономическому сотрудничеству, туризм также стал потенциальной отраслью для содействия всестороннему сотрудничеству и культурной коммуникации.

Китай и Беларусь провели ряд мероприятий в целях содействия дальнейшему развитию туризма и межкультурной коммуникации между двумя странами. В 2016 г. состоялось открытие Китайского культурного центра в Беларуси, а в 2017 г. – Белорусского культурного центра в Китае, что стало знаковым событием культурного обмена между двумя странами. В 2018 г. Беларусь успешно провела «Год туризма» в Китае. Помимо сотрудничества на национальном уровне, Китай и Беларусь также осуществили ряд региональных проектов. В настоящее время между двумя странами существует 28 пар городов-побратимов, а шесть белорусских областей и столица Минск установили дружественные отношения с соответствующими китайскими провинциями и городами. В целом, за последние годы Беларусь и Китай прошли большой путь навстречу друг другу. Особенно результаты сотрудничества заметны в развитии туристической индустрии.

Однако, несмотря на поддержку богатых культурных ресурсов и политики, в сотрудничестве двух стран в сфере туризма все еще существуют проблемы, которые нельзя игнорировать. Согласно китайской статистике, количество белорусских туристов в Китае не входит в топ-15. Сами китайцы в основном посещают соседние страны и принимают у себя туристов из этих стран. Аналогичным образом в статистике выездных туристических направлений белорусских туристов Китай не является одним из основных направлений. Несмотря на то что китайские туристы, посещающие Беларусь, по количеству занимают пятое место среди всех белорусских въездных туристов, их по-прежнему недостаточно много.

Туризм – это не только отрасль, которая быстро прогрессирует вместе с ростом уровня экономического развития и экономической открытости, но также и сфера, очень чувствительная к внешним событиям. Он не только подвержен краткосрочному влиянию крупномасштабных культурных и спортивных мероприятий, которые способствуют быстрым краткосрочным всплескам, но также уязвим к воздействию внезапных негативных событий, таких как изменение климата, преследования

и террористические акты, политические беспорядки, которые приводят к резким спадам. В начале 2020 г., в период бурного развития культурного туризма, непредсказуемая вспышка COVID-19 едва не привела мировой культурный туризм к полному коллапсу. Из-за короткого времени, в который случилась вспышка, быстрого распространения болезни и отсутствия достаточной осведомленности для реагирования на новый вирус правительства многих стран приняли различные ограничительные меры, а работа в сферах гостиничного бизнеса, туризма и пассажирских авиаперевозок была приостановлена в кратчайшие сроки.

Внезапная вспышка коронавируса, несомненно, создала большие проблемы для развития культурной коммуникации и культурного туризма между Китаем и Беларусью. Сфера культурного туризма очень чувствительна к крупным чрезвычайным ситуациям в области общественного здравоохранения, таким как эпидемия COVID-19. Деятельность в сфере культурного туризма отличается пространственным разнообразием, а также тем, что потребление осуществляется непосредственно на месте. Функционирование культурного туризма и туристической деятельности тесно связано с промышленностью и производством. Кроме того, культурный туризм также характеризуется сменой высокого и низкого сезонов и сильной зависимостью от количества туристов. Любые факторы, которые могут негативно повлиять на потребителей туризма, туристические достопримечательности и туристические агентства также оказывают сильное негативное воздействие и на развитие сферы культурного туризма в целом. В связи с высоким уровнем научно-технического развития новая коронавирусная инфекция с помощью современной высокоплотной сети скоростного транспорта быстро распространилась по миру. Это оказало огромное влияние на культурно-туристическую деятельность как потребителей, так и специалистов по туризму, а также туристических агентств по всему миру, особенно в странах, которые напрямую зависят от развития туризма. Потребительский спрос на многообразный культурный туризм, интеграция культурно-туристической индустрии и структуры ее предложения значительно изменили содержание и объемы традиционного туризма. Социальная мобильность, въездной, выездной и другие виды культурно-туристической деятельности в еще большей степени подчеркивают высокую восприимчивость развития данной сферы к внешним событиям. Независимо от того, какое звено потока заблокировано, это влияет на нормальную работу других элемен-

тов, что, в свою очередь, приводит к колебаниям в работе всей культурно-туристической отрасли.

То, что потребители культурного туризма приезжают издалека с желанием получения нового опыта, способствует высокой ликвидности этой сферы. Туристы со всего мира стекаются в популярные места, окружающие их туристические маршруты, достопримечательности и культурно-туристические продукты потребления часто предусматривают большой поток персонала, денежных средств, товаров, услуг и других элементов туристической цепочки. Таким образом, высокая плотность, высокая мобильность и высокая контактность в сфере культурного туризма могут легко привести к быстрому распространению вируса среди населения, что, в свою очередь, объективно неизбежно будет препятствовать развитию культурно-туристической отрасли. В силу особых обстоятельств, а именно, сильной заразности новой коронавирусной инфекции во время эпидемии, высокая мобильность и интенсивность в сфере культурного туризма могли вызвать быстрое распространение болезни. Восстановление и развитие большинства видов культурного туризма по-прежнему находятся в чрезвычайно сложной ситуации, хозяйственная деятельность также сталкивается с высоким уровнем неопределенности.

Туристические отрасли Китая и Беларуси сильно пострадали от последствий эпидемии COVID-19. Китайский рынок въездного туризма пережил резкий спад после Китайского Нового года в 2020 г. Согласно статистике, опубликованной Министерством культуры и туризма, в 2020 г., Китай принял в общей сложности 27,47 миллиона въездных туристов, что на 81 % меньше, чем в предыдущем году. Среди них было 7,97 миллиона въезжающих с ночевкой туристов, 4,12 миллиона иностранных туристов и 1,84 миллиона иностранных туристов, въезжающих с ночевкой, что на 88 %, 87 % и 93 % соответственно меньше, чем в предыдущем году. Въездной туризм пережил худший кризис за последние 40 лет. За весь 2021 г. Китай принял 31,98 миллиона въездных туристов и получил доходы от международного туризма в размере 20,8 миллиарда долларов США, что на 18 % и 23 % больше, чем в предыдущем году соответственно. Однако в сравнении с 2019 г. туристическая отрасль восстановилась лишь на 22 % и 16 % соответственно [3]. Белорусская туристическая индустрия столкнулась с той же проблемой. В сложившихся условиях доля въездного и выездного туризма очень мала, а основной въездной поток обеспечивали граждане Российской Федерации. Однако в «ковидный» период лишь малая

часть россиян, предпочитающая в основном отдых в белорусских санаториях, въехала в страну. Экскурсионный въездной туризм фактически встал на паузу, как и деловые поездки. В Республике Беларусь экспорт туристических услуг снизился примерно на 60 % по сравнению с 2019 г. [4]. В то же время деятельность в области культурного туризма между Китаем и Беларусью практически прекратилась.

Пандемия новой коронавирусной инфекции оказала огромное влияние на все аспекты текущей экономической и социальной жизни, а также изменила психологию потребления людьми продуктов культурного туризма. Последствия психологического дискомфорта, такие как страх и беспокойство, вызванные пандемией, могут сохраняться в течение некоторого времени после нее. Люди более пристально следят за гигиеной, здоровьем, ценят жизнь и стремятся к ее качеству больше, чем когда-либо прежде, что является решающим психологическим изменением. Из соображений личной или семейной безопасности туристы максимально откладывают или отказываются от поездок, делая таким образом все возможное, чтобы избежать неопределенного риска заражения, связанного с потенциальной вирусной инфекцией. Даже на переходном этапе после эпидемии психологическая адаптация требует времени. Уделяя внимание психологическому исцелению от эпидемии, люди пробуют культурные поездки на короткие расстояния, оздоровительный, интеллектуальный, облачный туризм и т. д. Эти методы путешествий эффективно облегчают психологический дискомфорт, вызванный эпидемией, и в то же время изменяют будущую бизнес-модель, которая способствует восстановлению рынка культурного туризма.

Несмотря на то что эпидемия COVID-19 оказала влияние на культурный туризм между Китаем и Беларусью, она также предложила новые идеи для развития традиционной культурно-туристической сферы. Традиционная модель развития культурного туризма, особенно транснационального культурного туризма, сильно подвержена влиянию внешней среды. Воздействие эпидемии побудило индустрию туризма вносить глубокие коррективы, формировать структурную самоорганизацию и модельные инновации, а также постоянно исследовать новые разработки в целях приобретения межкультурным туризмом после эпидемии инновационного пути развития.

Прежде всего, в условиях эпидемии для содействия развитию межкультурного туризма следует в полной мере использовать политику сотрудничества двух стран. Так, 16 сентября 2022 г. Китай и Беларусь опубликовали «Со-

вместное заявление об установлении всепогодного и всестороннего стратегического партнерства». В этом заявлении стороны намерены развивать сотрудничество в области цифрового развития, внедрять цифровые технологии во взаимной торговле товарами и услугами, развивать электронную коммерцию, стимулировать создание национальных павильонов белорусской продукции на крупнейших электронных площадках Китая, поощрять развитие электронного бизнеса. При этом на основе расширения двустороннего сотрудничества в области образования, культуры, туризма, кино и телевидения, спорта, средств массовой информации и иных областях Китай и Беларусь будут активно поддерживать взаимное проведение фестивалей и дней культуры, гастролей творческих коллективов, художественных и иных выставок, продвигать сотрудничество по линии музеев, библиотек, в таких областях, как литература, охрана культурного наследия и др. Также стороны продолжают поддерживать молодежь двух стран в изучении национальных языков другой из сторон и расширять сотрудничество в области языкового преподавания. В целях содействия развитию туризма обе стороны готовы расширять контакты между китайскими и белорусскими туроператорами, улучшать инфраструктуру для китайских туристов в Беларуси и продвигать новые туристические продукты и направления [5]. Все эти действия призваны обеспечить более благоприятные условия для развития межкультурного туризма между Китаем и Беларусью.

Кроме того, технологическая революция принесла миру новые впечатления, а также глубоко изменила и повлияла на структуру потребления и качество культурного туризма. Внезапное наступление пандемии высветило актуальность и значимость науки и техники. Связь между наукой, техникой и культурным туризмом становится все теснее. Применение технологии виртуальной реальности, технологии взаимодействия человека и компьютера и технологии искусственного интеллекта сломало ограничения традиционного туризма и принесло совершенно новые продукты и возможности в индустрию культурного туризма. Модели потребления также изменились: от традиционного осмотра достопримечательностей к новому контекстуальному опыту. Пользователи могут погрузиться в туризм во всех направлениях с помощью взаимодействия реальных и виртуальных сцен и даже увидеть, как туристические достопримечательности или здания использовались в прошлом и как они изменятся в будущем с помощью технологий виртуальной и дополненной реальности. При-

менение этой технологии устраняет влияние таких факторов, как время, расстояние и окружающая среда. Посетители могут увидеть достопримечательность в любое время и в любом месте. В то же время с запуском онлайн-голосового пакета посетители могут слушать объяснения в любое время, что значительно обогащает содержание туристических достопримечательностей и предоставляет туристам бесценный опыт. Применение высоких технологий не только обеспечивает решение для индустрии туризма во время нормализации после эпидемии, но также предоставляет возможности для трансформации и культурного туризма в частности, и туристической индустрии в целом. Даже после того как эпидемия закончится, технология виртуальной реальности может быть использована для повышения привлекательности туристических достопримечательностей и улучшения общего имиджа туристической индустрии, а с помощью видео, аудиокomentarиев и других функций люди смогут наслаждаться живописными местами и понимать культуру места назначения. В то же время сами туристы также могут делиться информацией через мобильный Интернет и социальные платформы и таким образом привлекать еще больше потенциальных туристических групп и увеличивать фактическое число туристов. Данная модель «культура + технология + туризм» может не только эффективно расширить цепочку ценности культурно-туристической индустрии, но и значительно улучшить культурное содержание и научно-технический уровень туристических продуктов, повысить уровень вовлеченности и обогатить опыт туристов, а также предоставить возможности для модернизации межкультурного туризма.

Музей – это место, которое хранит историческую память и культурные реликвии всего человечества или местной цивилизации. Посещение музеев является важным видом деятельности в процессе межкультурного туризма. В условиях эпидемии сочетание новых технологий, отказ от традиционной модели осмотра достопримечательностей и демонстрации экспонатов, а также обогащение опыта использования коллекционных ресурсов стало эффективной стратегией, позволившей избежать сокращения числа туристов. Музеи двух стран могут имитировать реальные экскурсии с помощью таких мероприятий, как запуск онлайн-выставочных залов виртуальной реальности, чтобы люди со всего мира могли посещать их, не выходя из дома. В то же время музеи двух стран могут оцифровывать культурные реликвии с помощью передовых технологий, таких как цифровые хранилища, облачные сервисы

и интеллектуальные технологии для реализации рационального использования и устойчивого сохранения культурных реликвий. Развитие современных технологий может позволить музеям более объективно оценивать запросы туристов в массивных информационных ресурсах и разрабатывать конкурентоспособные на рынке культурные и творческие продукты, основанные на предпочтениях туристов из разных стран. В то же время музеи используют платформы электронной коммерции в Интернете для расширения каналов продаж культурных товаров, что способствует расширению их собственного влияния и повышению их привлекательности для туристов из обеих стран. Интеграция культуры и науки и техники стала крупным прорывом для музеев. Наука и техника не только изменили способ отображения музейных коллекций и то, как туристы воспринимают их, но и сделали музейные культурные и творческие продукты более доступными и популярными среди туристов.

С быстрым развитием новых технологий традиционным методам культурного туризма туристического характера стало трудно удовлетворять нужды потребителей. Туристы все больше стремятся к эмпирическому, развлекательному и интеллектуальному многоуровневому культурному туризму. В то же время туристы уделяют больше внимания своим собственным ощущениям. Именно поэтому персонализированные и высококачественные индивидуальные туристические услуги стали новой тенденцией в развитии туризма, которая также выдвигает требования более высокого уровня к развитию традиционных культурных туристических услуг.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что наибольший интерес у китайских туристов вызывает история коммунизма, ностальгия по СССР, памятники В. И. Ленину, объекты Великой Отечественной войны (т. е. все, что связано с так называемым в Китае «красным туризмом») [6, с. 27–36]. Для повышения привлекательности Беларуси для китайских туристов индустрия туристических услуг может запустить частные туристические мероприятия онлайн или офлайн, чтобы удовлетворить индивидуальные потребности различных туристов, увеличить глубину их культурного опыта и сделать культурные достопримечательности более заманчивыми для китайских туристов.

С развитием социальных сетей и платформ для коротких видео культурный туризм получил более широкую площадку для рекламы. Люди могут использовать короткие видеоролики, чтобы загружать свои впечатления в Интернет и делиться ими. В настоящее время люди

больше склонны получать информацию о выборе места для путешествия через социальные платформы, и оценочный контент может влиять на их поведение больше, чем реклама. Короткие видеоролики могут заинтересовать потенциальных туристов за короткий промежуток времени, а также позволяют легче создавать темы для обсуждения. Для развития межкультурного туризма между двумя странами могут использоваться короткие видеоролики и платформы социальных сетей для создания уникальных аккаунтов в сфере культурного туризма, продвижения культурных туристических достопримечательностей на разных языках, что позволяет продолжать углублять и постоянно изучать и обогащать содержание культурного туризма.

**Заключение.** Развитию межкультурного туризма в Китае и Беларуси серьезно помешала эпидемия, но, несмотря на огромное негатив-

ное влияние на культурно-туристическую индустрию двух стран, пандемия также выявила недостатки развития межкультурного туризма, который слишком сильно зависел от опыта туризма на месте, недостаточные научные и технологические возможности и отсутствие достаточной трансграничной интеграции. Нормализация после эпидемии может эффективно способствовать изменению традиционных методов туризма, использованию широкой палитры инноваций в туристической сфере. На основе дальнейшего углубления политики сотрудничества между Китаем и Беларусью наука и техника станут еще более важным фактором в содействии развитию культурного туризма, изменении моделей потребления и придании нового импульса и новых направлений развития для повышения качества транснационального культурного туризма между Китаем и Беларусью.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Economic impact reports [Electronic resource]. – Access mode: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. Access date: 23.09.2022.
2. Tourism and tourist resources in the Republic of Belarus [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/>?. Access date: 23.09.2022.
3. China Inbound Tourism Development Report 2021 [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.ctaweb.org.cn/cta/gzdt/202111/cc9457462ee4fddaebc6129c36722e7.shtml>. Access date: 23.09.2022.
4. On November 2020, a press conference “Domestic tourism - new opportunities for our country. About the XVIII Republican Tourist Competition “Know Belarus” [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.belarustourism.by/news/3-noyabrya-2020-goda-sostoyalas-press-konferentsiya-vnutrenniy-turizmnovye-vozmozhnosti-nashey-stra/>. – Access date: 23.09.2022.
5. China and Belarus release Joint Declaration on Establishing All-weather and Comprehensive Strategic Partnership [Electronic resource]. – Access mode: <https://rg.ru/2022/09/16/kitaj-i-belarus-opublikovali-sovmestnuiu-deklaraciu-ob-ustanovlenii-otnoshenij-vsepogodnogo-i-vsestoronnego-strategicheskogo-partnerstva.html?ysclid=l8lf65bef184952114>. – Access date: 23.09.2022.
6. *Gaidukevich, L. M.* Belarusian-Chinese cooperation in the field of tourism: state and development prospects / L. M. Gaidukevich // Actual problems of international relations and global development: Sat. scientific articles. – 2021. – № 9. – PP. 27–36.

#### REFERENCES

1. Economic impact reports [Electronic resource]. – Access mode: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. Access date: 23.09.2022.
2. Tourism and tourist resources in the Republic of Belarus [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/>?. Access date: 23.09.2022.
3. China Inbound Tourism Development Report 2021 [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.ctaweb.org.cn/cta/gzdt/202111/cc9457462ee4fddaebc6129c36722e7.shtml>. Access date: 23.09.2022.
4. On November 2020, a press conference “Domestic tourism - new opportunities for our country. About the XVIII Republican Tourist Competition “Know Belarus” [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.belarustourism.by/news/3-noyabrya-2020-goda-sostoyalas-press-konferentsiya-vnutrenniy-turizmnovye-vozmozhnosti-nashey-stra/>. – Access date: 23.09.2022.
5. China and Belarus release Joint Declaration on Establishing All-weather and Comprehensive Strategic Partnership [Electronic resource]. – Access mode: <https://rg.ru/2022/09/16/kitaj-i-belarus-opublikovali-sovmestnuiu-deklaraciu-ob-ustanovlenii-otnoshenij-vsepogodnogo-i-vsestoronnego-strategicheskogo-partnerstva.html?ysclid=l8lf65bef184952114>. – Access date: 23.09.2022.
6. *Gaidukevich, L. M.* Belarusian-Chinese cooperation in the field of tourism: state and development prospects / L. M. Gaidukevich // Actual problems of international relations and global development: Sat. scientific articles. – 2021. – № 9. – RR. 27–36.