

Никифорова Алина Александровна

канд. культурологии, доцент

Рой Сергей Анатольевич

студент

ФГБОУ ВО «Нижневартовский государственный университет»

г. Нижневартовск, ХМАО – Югра

МАЛЫЙ ГОРОД КАК ЧАСТЬ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

***Аннотация:** развитие внутреннего туризма сегодня способствует активному продвижению мало известных территорий, к числу которых могут быть отнесены и малые города. Культурно-познавательный туризм позволяет им не только развивать туристскую инфраструктуру, но и выходить на межрегиональный уровень представленности.*

***Ключевые слова:** малые города, культурно-познавательный туризм, инструменты продвижения, культурное наследие, развитие территории.*

Культурно-познавательный туризм является одним из наиболее значимых сегментов туристской индустрии, способствующим сохранению культурного наследия, формированию региональной идентичности и социально-экономическому развитию территорий. В условиях растущего интереса к внутреннему туризму и поиска новых туристских направлений малые города, обладающие уникальным историко-культурным потенциалом, нуждаются в разработке эффективных механизмов развития культурно-познавательного туризма.

Малые города, обладая уникальным культурно-историческим наследием, часто недооцененным и недостаточно используемым, имеют значительный, но не полностью реализованный потенциал для привлечения туристов, сохранения культурной идентичности и диверсификации местной экономики. По данным Росстата (на 1 января 2024 г.), в России насчитывается 788 малых городов (с населением до 50 тыс. человек), в которых проживает около 16 млн человек [1].

В отличие от мегаполисов, где культурное наследие часто «вкраплено» в современную застройку, малые города сохраняют целостную историческую среду. Как отмечает Е.Г. Моисеева, «малый город – это город-памятник, город-музей под открытым небом, где культурный ландшафт сохранился в своей аутентичности» [2]. Именно эта целостность создает у туриста эффект «погружения в историю», который невозможно воспроизвести искусственно.

Сегодня туристы все чаще выступают не пассивными потребителями, а активными участниками. Они стремятся не просто «увидеть», но «прожить» культурный опыт: принять участие в мастер-классе, попробовать местную кухню. Это изменение получило название «опытная экономика» (experience economy) и оказывает влияние на формирование туристского предложения в малых городах.

Культурно-познавательный туризм выполняет многоплановые функции (экономическую, социальную, культурную), что обуславливает его высокую значимость. Согласно распространенному подходу [3], выделяют следующие виды: исторический, архитектурный, археологический, этнографический, религиозный, событийный, музейный, литературный, индустриальный туризм, которые в полной мере реализуются в малых городах.

Несмотря на значительный культурно-исторический потенциал, современное состояние вовлеченности малых городов в сферу туризма крайне неравномерно – лишь 15–20% малых городов России имеют развитую туристскую инфраструктуру и стабильный турпоток. Остальные находятся либо в начальной стадии освоения, либо полностью остаются в «туристской тени».

По степени вовлеченности в туризм можно выделить три группы малых городов:

– города-лидеры (15–20% малых городов): имеют узнаваемый бренд, развитую инфраструктуру, включены в федеральные маршруты «Золотое кольцо» и «Серебряное ожерелье». К малым городам, включенным в данные маршруты относятся: Суздаль, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Плес, Мышкин, Каргополь;

– города с потенциалом, но без системного развития (около 40% малых городов): обладают уникальным наследием, но не имеют маркетинговой стратегии, инфраструктура фрагментарна, турпоток стихийен. Примерами таких городов являются: Касимов, Шуя, Кимры, Старая Русса, Торжок, Гороховец;

– туристские территории, которые имеют высокий, но полностью неиспользуемый потенциал (40–45% от числа малых городов). В этих городах отсутствуют гостиницы, туристская навигация, событийные мероприятия, город не продвигается на туристском рынке. К таким городам относятся Вельск (Архангельская обл.), Солигалич (Костромская обл.), Кологрив (Костромская обл.), Макарьев (Костромская обл.), Чухлома (Костромская обл.), Калязин (Тверская обл.).

Последняя группа имеет наибольший потенциал роста, но требует системной работы по формированию туристского интереса.

Одним из наиболее эффективных инструментов привлечения туристов в малые города, особенно в межсезонье является событийный туризм как часть культурно-познавательного туризма. Регулярные фестивали и праздники формируют «точки сборки» турпотока и создают информационные поводы для СМИ и социальных сетей.

В качестве наиболее ярких примеров событий можно назвать фестивали «Русская Тоскана» (Вязьма, Смоленская область); «Мышкинские посиделки» и Музей мыши (Мышкин, Ярославская область); «Осада Троице-Сергиевой лавры» (Сергиев Посад, Московская область) или «Яблочный спас» (Кашин, Тверская область).

Помимо событийных мероприятий, малые города используют активно следующие механизмы продвижения.

1. Брендные туристские маршруты (сертификация Минэкономразвития РФ). Включение малого города в национальный туристский маршрут обеспечивает ему гарантированный турпоток, федеральную рекламную поддержку и приоритет при распределении субсидий. Примеры таких маршрутов: «Государева дорога» (Москва – Сергиев Посад – Переславль-Залесский – Ростов Великий – Ярославль), «Серебряное ожерелье России» (Санкт-Петербург – Старая Ладога –

Тихвин – Валдай – Великий Новгород), «Большое Золотое кольцо» (расширенный маршрут, включающий Касимов, Шую, Гороховец, Кимры). Также можно отметить, что с начала 2010-х годов Русское географическое общество сделало развитие внутреннего и въездного туризма, информационную и организационную поддержку его развития, разработку новых туристских маршрутов, культурно-познавательного, экологического и научного туризма, формирование чувства патриотизма одним из приоритетных направлений своей деятельности [4].

2. Конкурс «Мастера гостеприимства» (президентская платформа «Россия – страна возможностей»). Одна из номинаций конкурса посвящена развитию туризма в малых городах и исторических поселениях. Победители получают гранты до 1 млн руб., медийную поддержку, включение в федеральные образовательные программы. Благодаря этому конкурсу были запущены проекты: «Город-музей Киржач» (Владимирская обл.), «Туристский код города Осташкова» (Тверская обл.), «Событийный туризм в Кинешме» (Ивановская обл.), «Брендинг локальных маршрутов в Гороховце» (Владимирская обл.).

3. Платформа Russia.Travel и проект «Открываем Россию заново». Национальный туристский портал Russia.Travel (куратор Минэкономразвития) создал серию видео-экскурсий и аудиогидов по 30 малым городам России (Вельск, Солигалич, Чухлома, Макарьево, Кологрив и др.). Видео набрали более 10 млн просмотров, что привело к росту поисковых запросов на эти направления в 3–5 раз. Проект показал, что даже «спящие» города при минимальных вложениях в качественный контент получают узнаваемость.

4. Частные музеи как «якоря» притяжения. В малых городах частные инициативы часто обгоняют государственные. Примеры успешных частных музеев, ставших драйверами туризма: Музей мыши в Мышкине (30 тыс. посетителей в год, создал весь туристский кластер города); Музей утюга в Переславле-Залеском (окупаемость 1,5 года, 20 тыс. посетителей в год); Музей самоваров в Касимове (15 тыс. посетителей в год); Музей гармонии в Вятском (село с туристским кластером, 50 тыс. посетителей в год).

Можно говорить о том, что современное состояние вовлеченности малых городов в культурно-познавательный туризм крайне неравномерно. Лишь 15–20% городов имеют устойчивый турпоток и развитую инфраструктуру. Около 40% обладают потенциалом, но не имеют системного развития. Еще 40–45% («спящие» территории) полностью не используют свой туристский ресурс.

При этом успешные примеры (Мышкин, Плес, Вязьма, Каргополь) доказывают, что даже очень малый город (1–10 тыс. жителей) может стать точкой притяжения. Ключевые факторы успеха: наличие уникального локального бренда или события (музей, фестиваль, ремесло), включенность в федеральные туристские маршруты, победа в грантовых конкурсах («Мастера гостеприимства», Президентский фонд культурных инициатив), активная позиция муниципальной власти и частного бизнеса.

Включение малых городов в сферу туризма не только создает условия для развития данных территорий, но и выполняет социальную и экономическую функции.

Список литературы

1. Малые города в России. Список малых городов за 2024 год. – URL: <https://города-россия.рф/reutin-cities.php> (дата обращения: 04.05.2026).
2. Моисеева Е.Г. Культурный туризм как стратегический ресурс России / Е.Г. Моисеева // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2012. – №1 (45). – С. 96–102. – EDN OYLWXF
3. Котанс А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма : учеб. пособие / А.Я. Котанс. – 2-е изд., стер. – М. : Флинта, 2023. – 227 с.
4. Никифорова А.А. Туристские маршруты в структуре внутреннего туризма / А.А. Никифорова // Московский экономический журнал. – 2022. – Т. 7, №3. – DOI 10.55186/2413046X_2022_7_3_179. – EDN PYLTKG.