

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9338-2025-11-1-1-7



Оригинальная статья

¹ Шилова В. А.

² Быков К. В.

³ Гречаная А. А.

⁴ Кожарин В. Л.

⁵ Репин Д. В.

Практики организации сельского туризма в контексте постаграрного вектора развития внегородских территорий на примере Нижегородской области

¹) Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук,
улица Кржижановского, дом 24/35, корпус 5, Москва, 117218, Россия;
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
улица Мясницкая, дом 20, Москва, 101000, Россия
vshilova@yandex.ru

²) Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук,
улица Кржижановского, дом 24/35, корпус 5, Москва, 117218, Россия *1096232@mail.ru*

³) Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук,
улица Кржижановского, дом 24/35, корпус 5, Москва, 117218, Россия;
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
улица Мясницкая, дом 20, Москва, 101000, Россия
njuta-gel@yandex.ru

⁴) Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук,
улица Кржижановского, дом 24/35, корпус 5, Москва, 117218, Россия;
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
улица Мясницкая, дом 20, Москва, 101000, Россия
darker3389@gmail.com

⁵) Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
улица Мясницкая, дом 20, Москва, 101000, Россия
dines2000@mail.ru

Аннотация. В современных условиях глобального социального кризиса, все ускоряющегося темпа жизни и постоянного информационного воздействия особо актуальным является исследование внутреннего туризма, одной из составляющих которого является сельский туризм. В статье рассмотрены современные подходы к изучению туризма и его роль в социально-экономическом развитии сельских территорий России с акцентом на изучение туристических практик в сельской местности посредством подхода ТАР (tourism as practice). В настоящий момент продолжается смещение традиционных аграрных практик сельской местности в пользу постаграрных, и именно сельский туризм представляется одним из ключевых элементов

устойчивого развития сельских территорий. На данных, собранных в августе 2024 г. в Городецком районе Нижегородской области, проведен анализ трех кейсов: событийный туризм на празднике русской печи, агротуризм на Курцевской сыроварне и экотуризм на экологической тропе Копорье. Исследование демонстрирует как туристические практики формируются через сетевое взаимодействие различных акторов, включая людей, животных и объекты. Событийный туризм показан как интеграция гастрономических, этнографических и познавательных элементов, способствующая вовлечению туристов и местного населения в экономическое и культурное развитие региона. Агротуризм на Курцевской сыроварне иллюстрирует, что взаимодействие с туристами побуждает предприятия адаптировать свою деятельность, создавая новые туристические практики. Экотуризм на примере тропы Копорье акцентирует внимание на уникальных опытах, связанных с природой, и на взаимодействии туристов с non-human акторами, формирующими запрос на аутентичные впечатления. Статья подчеркивает преимущества сельского туризма, такие как возможность удовлетворения сразу нескольких туристических мотивов, создание рабочих мест, развитие инфраструктуры, повышение спроса на экологически чистые продукты и др. Также выявлены проблемы, включая низкую адаптацию инфраструктуры к растущему туристическому потоку и ограниченность некоторых практик. На основании анализа сделан вывод о значительном потенциале сельского туризма как драйвера социально-экономического развития сельских территорий, его высокой востребованности среди туристов и необходимости дальнейшего изучения этого феномена.

Ключевые слова: туризм; туристические практики; сельский туризм; агротуризм; событийный туризм; экотуризм; сельская местность; постаграрный вектор развития

Благодарность: Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда №24-68-00055 «Из прошлого в будущее: сельские сообщества в условиях постаграрного вектора трансформаций» на 2024-2028 гг.

Информация для цитирования: Шилова В. А., Быков К. В., Гречаная А. А., Кожарин В. Л., Репин Д. В. Практики организации сельского туризма в контексте постаграрного вектора развития внегородских территорий на примере Нижегородской области // Научный результат. Социология и управление. 2025. Т. 11, № 1. С. 262-277. DOI: 10.18413/2408-9338-2025-11-1-1-7.

Original article

¹ Valentina A. Shilova 

² Kirill V. Bykov 

³ Anna A. Grechanaya 

⁴ Vyacheslav L. Kozharin 

⁵ Denis V. Repin 

Practices of organizing rural tourism in the context of the post-agrarian vector of development of extra-urban areas on the example of the Nizhny Novgorod region

¹) Federal Research Sociological Centre of the Russian Academy of Sciences,
bld. 5, 24/35 Krzhizhanovsky St., Moscow, 117218, Russia;
Higher School of Economics National Research University,
20 Myasnitskaya St., Moscow, 101000, Russia
vshilova@yandex.ru

- 2) Federal Research Sociological Centre of the Russian Academy of Sciences,
bld. 5, 24/35 Krzhizhanovsky St., Moscow, 117218, Russia
1096232@mail.ru
- 3) Federal Research Sociological Centre of the Russian Academy of Sciences,
bld. 5, 24/35 Krzhizhanovsky St., Moscow, 117218, Russia;
Higher School of Economics National Research University,
20 Myasnitskaya St., Moscow, 101000, Russia
njuta-gel@yandex.ru
- 4) Federal Research Sociological Centre of the Russian Academy of Sciences,
bld. 5, 24/35 Krzhizhanovsky St., Moscow, 117218, Russia;
Higher School of Economics National Research University,
20 Myasnitskaya St., Moscow, 101000, Russia
darker3389@gmail.com
- 5) Higher School of Economics National Research University,
20 Myasnitskaya St., Moscow, 101000, Russia
dines2000@mail.ru

Abstract. In today's conditions of global social crisis, ever-accelerating pace of life and constant information impact, the study of domestic tourism, one of the components of which is rural tourism, is particularly relevant. The article examines modern approaches to the study of tourism and its role in the socio-economic development of rural areas in Russia, with a focus on exploring tourism practices in rural settings through the TAP (tourism as practice) approach. Currently, traditional agrarian practices in rural areas are shifting toward post-agrarian ones, and rural tourism appears to be one of the key elements of sustainable development in rural territories. Using data collected in August 2024 in the Gorodets district of the Nizhny Novgorod region, the study analyzes three cases: event tourism at the Russian Stove Festival, agritourism at the Kurtsevo Cheese Factory, and ecotourism on the Koporye Ecological Trail. The research demonstrates how tourism practices are shaped through network interactions among various actors, including people, animals, and objects. Event tourism is shown as an integration of gastronomic, ethnographic, and educational elements, fostering the engagement of tourists and local residents in the economic and cultural development of the region. Agritourism at the Kurtsevo Cheese Factory illustrates how interaction with tourists motivates businesses to adapt their activities, creating new tourism practices. Ecotourism, as exemplified by the Koporye Trail, highlights unique nature-related experiences and interactions between tourists and non-human actors, forming a demand for authentic impressions. The article emphasizes the advantages of rural tourism, such as the ability to meet multiple tourist motivations simultaneously, job creation, infrastructure development, and increased demand for environmentally friendly products, etc. It also identifies challenges, including the low adaptation of infrastructure to growing tourist flows and the limitations of certain practices. Based on the analysis, the conclusion is made about the significant potential of rural tourism as a driver of the socio-economic development of rural areas, its high demand among tourists, and the need for further study of this phenomenon.

Keywords: tourism; tourism practices; rural tourism; agrotourism; event tourism; ecotourism; rural area; post-agrarian vector of development

Acknowledgments: The study was supported by the Russian Science Foundation grant No. 24-68-00055 “From the past to the future: rural communities in the context of the post-agrarian vector of transformations” for 2024-2028.

Information for citation: Shilova, V. A., Bykov, K. V., Grechanaya, A. A., Kozharin, V. L. Repin, D.V. (2025), “Practices of organizing rural tourism in the context of the post-agrarian vector of development of extra-urban areas on the example of the Nizhny Novgorod region”, *Research Result. Sociology and Management*, 11 (1), 262-277, DOI: 10.18413/2408-9338-2025-11-1-1-7.

Введение (Introduction).

Технологическое и информационное развитие общества, процессы глобализации и урбанизации, а также ускорившийся темп жизни и масштабные социальные кризисы повлияли и продолжают влиять на большинство аспектов жизнедеятельности человека. В том числе изменениям оказались подвержены представления индивидов о проведении досуга. Возникновение новых туристических практик и трансформация уже устоявшихся, а также перераспределение предпочтений внутри социальных групп, усталость населения от быстрого темпа жизни, городской суеты и непрерывного информационного воздействия актуализирует исследования, направленные на изучение сельского и агротуризма, которые могут стать важной частью стратегий развития сельских территорий.

Социология туризма зародилась в 60-х годах прошлого века. Одними из первых исследователей, попытавшихся теоретизировать туризм, стали Д. Дж. Бурстин и Д. Макканелл. Первой же из теоретически значимых работ для развития исследования туризма стала работа Бурстина (Boorstin, 1964), в которой автор выступил с критикой массового туризма, как продукта технологического прогресса, а самих туристов исследователь описал, как «культурных простаков», удовлетворяющихся искусственно созданными «псевдо-событиями». Д. МакКаннелл, развивая социологическое теоретизирование туризма, предложил

противоположную Бурстину концептуальную идею, утверждая, что туристы, напротив, находятся в поиске аутентичности, найти которую они стремятся в других временах и местах, чтобы восстановить свою собственную целостность, утраченную в условиях современной нестабильности и аномии, которые им принес технологический прогресс (MacCannell, 1973). Несмотря на это стремление, утверждает ученый, поиски туристов часто оказываются неудачными из-за «инсценированной аутентичности», предлагаемой собственниками туристических мест. В итоге идеи Дж. Бурстина и Д. Макканелла сделали именно аутентичность ключевой темой социологических исследований туризма на их первоначальном этапе.

Дальнейшее развитие социологической теории туризма было во многом связано с введением внутри данной исследовательской области новых понятийных типологий. Так, Эрик Коэн предложил использовать в изучении туризма типологию туристов по шкале от «организованного массового туриста» до «бродяги» (Cohen, 1972), а позже разработал феноменологическую типологию туристического опыта, выделив его рекреационные, диверсионные, экспериментальные и экзистенциальные модели, что в свою очередь стало новым поворотом в исследовании туризма, разрушившим существовавшую до этого дихотомию между восприятием туристического опыта как поверхностного или, напротив, как глубокого поиска

аутентичности. В последующих исследованиях туризма сама концепция аутентичности во многом концептуально усложнилась благодаря идеям «возникающей аутентичности» Коэна (Cohen, 1988) и конструктивистскому подходу к исследованию туризма Брунера (Bruner, 2009), считавшего, что нет четкой границы между оригиналами и копиями в рассматриваемом туристическом опыте.

Наряду с развитием теорий аутентичности, важным этапом в социологическом исследовании туризма стало внедрение в нее «мобильной» теоретической концепции «туристического взгляда» Урри (Urry, 1990), в рамках которой исследователь сделал акцент на визуальном восприятии туристических ландшафтов и на том, как сам взгляд туристов становится объектом социальной организации. Впоследствии идея социальной организации туризма получила свое развитие, когда Эденсор (Edensor, 1998) предложил концепцию туризма как «перформанса», рассматривая туристические места как сцены, на которых туристы репетируют и импровизируют свои действия. Этот же подход далее был дополнен в работе Франклина и Крэнга (Franklin, Crang, 2001), утверждавших, что туризм стал неотъемлемой частью жизни современного транснационального общества и больше не может рассматриваться лишь как локальная практика, что в свою очередь способствовало применению в дальнейших исследованиях туризма более общих социологических теоретических концепций.

Методология и методы (Methodology and methods). За последние два десятилетия после внедрения общих социологических подходов произошло становление социологии туризма, как обособленной научной дисциплины, имеющей в своем аппарате широкой эпистемологии, теорий для его концептуального понимания и объяснения, но это же разнообразие подходов привело

к полисемичности внутри исследований туризма и возникновению весьма противоречивых исследовательских позиций. Одним из основных объектов критики в современных исследованиях туризма стало использование дуализмов (Johannesson, Ren, Van der Duim, 2015), таких как «турист» и «нетурист», «дом» и «вдали», «работа» и «досуг», которые чрезмерно упрощают такое сложносконструированное явление, как туризм и, более того, отдаляют его от понимания и изучения в отношении к другим практикам. Данная ситуация внутри исследования туризма была рассмотрена Йоуханнесеном (Johannesson, 2005), который критикуя так называемые дихотомии, подчеркивал проблему определения их внутренних границ, к примеру, туристы и работники туризма в основном понимаются исследователями лишь как две противоположности, на самом же деле представляя собой части целого явления. По мнению исследователя, данные проблемы отчасти обусловлены внедренной ранее в исследования туризма концепцией «туристического взгляда» Урри, где турист рассматривается отстраненно от туристического места или объекта «туристического взгляда», а туристический опыт сводится лишь к способу восприятия, накоплению и потреблению знаков и образов. Решение же данной проблемы исследователь предлагает искать в использовании такого интегративного подхода, как акторно-сетевая теория, которая предполагает исследование туризма, как комплексного междисциплинарного явления.

Таким образом, наиболее актуальными и перспективными для изучения туризма в настоящее время являются такие направления, как акторно-сетевая теория, туристическая мобильность и перформативный подход, которые зачастую объединяются исследователями в рамках концепции туризма как практики (tourism as practice

(ТАР)) (Cohen, Cohen, 2012). Концепция туризма как практики представляет собой подход, направленный на преодоление описанного ранее дуализма в исследованиях туризма, акцентирующий внимание на мобильности и перформативности, как ключевых элементах, которые помогают структурировать и объяснить процессы, лежащие в основе туризма. В отличие от классических подходов к изучению туризма, в рамках которых исследователи пытались разделить туризм на отдельные компоненты, он рассматривает туризм как непрерывный процесс, состоящий из множества взаимосвязанных действий, создающих целостную систему организации деятельности, и который в процессе изучения, напротив, следует пересобирать. Туризм в данном контексте представляет собой набор практических знаний и навыков индивидов, которые развиваются через их взаимодействие с окружающей средой, технологиями и другими элементами сети, включая неживые объекты (non-human), такие как одежда, техника и погодные условия.

К примеру, в исследовании туристических практик одного из теоретиков подхода ТАР Валтонена рассматривается, как погодные условия влияют на работу туристических компаний и опыт, получаемый туристами. Исследователь отмечает, что работники небольших туристических фирм приобретают специфические знания, связанные с погодой, что напрямую влияет на их практики и на организацию туристического процесса, таким образом подчеркивая значимость взаимодействия между индивидами и неживыми объектами (non-human) в контексте туристической деятельности (Valtonen, 2009). В исследовании Валтонена и Вейола также рассматривается такое «скрытое» действие как сон, который по своей сущности является неотъемлемой частью туризма, поскольку, будучи коллективной практикой, оказывает значительное

влияние на организацию структуры туристической деятельности. Исследователи отмечают, что взаимодействие индивидов и нечеловеческих объектов (non-human), таких как места для сна, условия размещения туристов и др., создает новые возможности для анализа туризма, как практики, расширяя исследовательские представления о том, что включает в себя туристический опыт (Valtonen, Veijola, 2011).

Таким образом, ТАР предлагает исследовать туризм как совокупность различных практик, включая взаимодействие между индивидами, неживыми объектами (non-human), также социальными и материальными факторами, что позволяет переосмыслить организацию структуры туристической деятельности, выходя за рамки классических теоретических парадигм, рассматривающих туризм и предлагая более гибкие и глубокие способы его анализа.

Первое посещение туристического места зависит от внешних факторов, таких как транспортная доступность, возможности размещения и проживания, природная и архитектурная привлекательность (Alegre, Juaneda, 2004; Блехцин, Сущинский, 2015). Опыт зарубежных и российских исследований туризма показывает, что повторный туризм чаще характерен для людей более старшего возраста, чем впервые посещающих локацию, а также, что во время повторных путешествий индивиды сокращают свои расходы и перераспределяют траты с культурно-образовательных мероприятий на развлечения (Lau, McKercher, 2004). Также повторный туризм больше характерен для проживающих в близлежащих регионах к туристической локации (Блехцин, Сущинский, 2015). Таким образом, можно предполагать, что развивающимся туристическим точкам стоит направлять свое внимание на молодых людей,

проживающих в других регионах, для привлечения больших финансовых средств. При этом для повторных посещений удаленность дестинации от места проживания уже теряет свою значимость. «Удержание» же туриста, то есть его возвращение, зависит уже от внутренних характеристик местности: развитая гастрономия, дружелюбность жителей, вечерние развлечения, качество и комфорт проживания и природный ландшафт (Fakeye, 1991; Alegre, Juaneda, 2004).

Останавливая фокус внимания на российском туризме, стоит отметить, что устойчивому росту его внутренней составляющей за последние годы во многом способствовала государственная поддержка посредством принятого в 2021 году национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», за время реализации которого Правительством РФ было выделено более 200 млрд рублей, что позволило развить сотни инициатив, увеличить внутренний турпоток практически в 2 раза, поддержать как бизнес-проекты, так и заповедные зоны. При этом доходы туристического рынка в несколько раз превышают затраты органов власти. Так, в период с 2019 по 2023 гг. доход туристической отрасли в стране вырос в 1,5 раза (с 2,8 трлн до 4,3 трлн, по данным Росстата), а налоговые поступления в государственный бюджет от данной отрасли за первое полугодие 2024 года увеличились на 35%, по сравнению с аналогичным периодом 2023 года (с 147 млрд до 197 млрд, по данным ФНС). Развитие туристической отрасли в стране, в том числе, способствует созданию новых рабочих мест для населения. Так, к 2030 г. в рамках вышеупомянутого национального проекта планируется увеличение их количества с 2,5 до 4,2 млн. Система профессионального образования обеспечивает подготовку специализированных кадров для отрасли в более чем 100 вузах страны и 1300 колледжах. Помимо этого, в регионах

создаются специализированных отраслевые центры для подготовки будущих сотрудников (на данный момент в Московской области, Санкт-Петербурге и Республике Татарстан).

Немаловажной составляющей внутреннего туризма в России является набирающий актуальность в последние годы сельский туризм, что связано со спросом на экологичный, загородный отдых, возросшим внутренним туризмом вследствие закрытия границ во время пандемии, санкциями, введенными в 2022 году и сопутствующего этим событиям экономического кризиса. Популярность сельского туризма в России подтверждается объемом его турпотока, который исходя из данных субъектов РФ составляет 22% от общего внутреннего турпотока РФ. Это направление туристической деятельности также активно развивалось в течении последних 5 лет с организационной составляющей, что подтверждается количеством объектов туристической инфраструктуры в сельской местности: если в 2019 году в России функционировало 3500 сельских гостевых домов и порядка 1000 агротуристических фирм (Сердюкова, 2022), то к 2023 году эти показатели увеличились в 7,7 и 5 раз, соответственно.

На перспективность развития сельского туризма указывают также результаты опроса ВЦИОМ 2024 г., согласно которым большая часть россиян осведомлена о сельском туризме: доля тех, кто «хорошо знает» и «что-то слышал о нем» составляет 90%, а более половины россиян (60%) хотели бы посетить агроферму в качестве туриста¹. По данным всероссийского репрезентативного опроса 2021 г., проведенного АНО «Агентство развития сельских инициатив», более трети населения (36%) заинтересованы в туристических поездках в сельскую

¹ Аналитический обзор ВЦИОМ от 5 сентября 2024г. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/agroturizm-po-russki-v-nachale-puti> (дата обращения 20.10.2024).

местность, наибольший интерес сельский туризм вызывает у молодых людей 18-44 лет, респондентов имеющих детей и жителей крупных городов (500 тыс. чел. и выше). Помимо этого, более 40% россиян предпочитают самостоятельно организовывать свой отдых: подбирать и бронировать места размещения (43%), а также искать и приобретать билеты (44%). Более половины (63%) потенциальных сельских туристов предпочитают длительные поездки (неделя и более), 34% отправились бы в сельскую местность на выходные. В качестве средств размещения наиболее привлекательными являются базы отдыха (44%) и арендованные сельские дома (33%), жить у знакомых или родственников предпочли бы 28% опрошенных, четверть респондентов выбрали бы размещение в палатке, кемпинге. В таком типе туризма наиболее привлекательными представляются возможности размеренного, неторопливого отдыха от городской суеты в тишине и уединении (45%) и такие спокойные рекреационные практики, как прогулки, рыбалка, собирательство (42%), динамичные перемещения между различными дестинациями выбирают только 7% опрошенных. Привлекательность сельского туризма для россиян определяется возможностью совмещения разных типов туризма: гастрономического, промыслового, приключенческого, оздоровительного, познавательного, экзотического и т.д. (Колдаев, 2012). Информацию о возможностях отдыха в сельской местности россияне в основном узнают от друзей и знакомых (55%), также для сбора информации используют отзывы туристов в сети Интернет (33%) и туристические сайты (29%). Основными критериями выбора тура или местности являются транспортная доступность дестинации, стоимость и безопасность путешествия, а также условия размещения, что согласуется с описанными выше факторами первичного посещения

туристической локации (Лебедева, Копылова, Лебедева, 2021).

Для самих сельских территорий в современных условиях актуальным становится путь диверсификации экономики, включающий в себя в том числе и развитие несельскохозяйственных видов предпринимательства, основными направлениями которого в сельской местности являются: 1) переработка сырья; 2) организация общественного питания и торгово-закупочной деятельности (магазинов); 3) строительство; 4) ремесленная и промысловая деятельность; 5) организация транспортных услуг; 6) организация сельского туризма (Корбут, 2007). При этом развитие туризма может оказать положительное влияние на развитие и остальных видов предпринимательства, что в свою очередь продуцирует появление новых рабочих мест. Туристы являются основными потребителями и сферы услуг, и товаров народного промысла, они готовы платить за транспортные услуги, им необходимы отели и гостиницы для проживания. Помимо этого, с потоком туристов спрос на экологически чистые, натуральные фермерские продукты стимулирует непосредственно сельскохозяйственное развитие, а также поддержание личных подсобных хозяйств, поскольку крафтовые продукты ценятся городскими жителями выше товаров массового производства. Таким образом, эффект от развития данной сферы можно называть мультипликативным, оказывающим позитивное влияние на сохранение и развитие сельских территорий в целом. В связи с этим в настоящей статье нами будут рассмотрены уже имеющиеся практики организации сельского туризма, а также возможности их развития на примере внегородских территорий Городецкого района Нижегородской области.

Сельский туризм в Нижегородской области ранее рассматривался в работе Левковец и Аникиной, которые отмечали,

что регион активно развивает туризм в исторических городах и центрах народно-художественных промыслов, однако сами сельские территории пока недостаточно включены в этот процесс, при этом, туризм на селе способен выполнять важные социально-экономические функции, включая создание новых рабочих мест, в особенности для молодежи и женщин, а также привлечение городского населения в сельские районы. В качестве одного из наиболее перспективных направлений сельского туризма авторы выделяют событийный туризм, предполагающий организацию местных фестивалей, праздников народных промыслов и гастрономических мероприятий, однако на текущий момент, как указывают исследователи, данный вид туризма сталкивается с рядом проблем, такими как: низкий уровень аутентичности событий, отсутствие комплексного подхода к их организации и слабая вовлеченность муниципальных властей (Левковец, Аникина, 2020).

Более того, Аникина А. В. в своей работе «Использование ресурсов сельского туризма для развития сельских территорий» рассматривает сельский туризм в более широком контексте, включая его взаимосвязь с аграрным сектором и промышленными предприятиями региона, подчеркивая, что природные, культурно-исторические и производственные ресурсы сельской местности могут стать основой для формирования комплексного туристического продукта, который позволит не только увеличить поток туристов, но и создать дополнительные экономические возможности для местного населения. Важной частью стратегии развития сельского туризма, как отмечает социолог, является использование агропромышленных комплексов и фермерских хозяйств, предлагающих туристам возможность дегустации местной продукции, посещения производственных объектов и участия в

сельскохозяйственных работах, но несмотря на наличие большого количества сельскохозяйственных предприятий в Нижегородском регионе, данный ресурс остается практически неиспользованным, что предполагает изменения в региональной политике по поддержке сельского туризма (Аникина, 2020).

На основе рассмотренных исследований, проведенных отечественными социологами, можно выявить, что сельский туризм в Нижегородской области обладает значительным, но недостаточно реализованным на текущий момент потенциалом, что делает анализ данного случая показательным, с точки зрения развития сельского туризма для многих территорий России.

Использование подхода ТАР подразумевает применение этнографических методов, таких как глубинные интервью, наблюдение, визуальный анализ, фокус-групповые интервью, анализ документов и др. В данной работе исследуются три типовых кейса сельских туристических практик, описание и анализ которых произведены с помощью неструктурированных интервью и глубинных экспертных интервью с туристами и работниками сельского туризма, наблюдении и визуальном анализе. Исходя из концептуального аппарата, предлагаемого подходом ТАР, описание кейсов строилось на анализе акторов (туристов, работников сферы туризма, природы и иных неживых объектов) и практик, возникающих в процессе их взаимодействия. Данные были собраны в Городецком районе Нижегородской области поддержке гранта РФФИ №24-68-00055 «Из прошлого в будущее: сельские сообщества в условиях постаграрного вектора трансформаций».

Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion). Кейс первый. Праздник русской печи в селе Белбаж. Праздник проходит в маленьком селе на границе Нижегородской и

Костромской областей на территории Архиерейского подворья Собора Святой Живоначальной Троицы. Для гостей организуются концертная программа с участием народных коллективов, ярмарка изделий народных промыслов и продуктов, выставка картин нижегородской художницы Марины Новосельской, полевая кухня, мастер-классы для детей и взрослых, беседы со священником, развлекательные игры, викторины и т.д. На празднике можно встретить как местных жителей, так и туристов, из интервью с которыми выяснилось, что добраться до праздника можно не только с помощью личного транспорта, но также на организованном специально для данного мероприятия бесплатном автобусе из ближайшего рабочего поселка или в составе туристической группы в рамках однодневного группового тура.

«Первый раз приехали <...> у нас есть такая женщина, она всегда выставляет туры, путешествия по стране <...> пользуемся, нам очень нравится, мы недавно были в Казани. У нас был тур Чебоксары-Казань-Йошкар-Ола» (женщина, 65 лет).

Туристические фирмы по рассказам туристов в рамках данных туров организуют посещение не только самого праздника, но и экскурсии по обители и музею «Белбаж», а также посещение сыроварни. Более того, такие сельские туры, по мнению туристов, являются экономически доступными.

«В общем в любом случае 1200 мы можем себе позволить, чтобы вот сюда приехать» (женщина, 62 года).

Особо привлекательными для туристов в такой практике организации сельского туризма являются транспортная доступность, отсутствие привязки к местам размещения (туры проходят в рамках одного дня), а также заранее подтвержденная организаторами праздника полевая кухня с блюдами из русской печи, что не только гарантирует

туристам питание, но и позволяет познакомиться с разнообразием местной гастрономии. Жителям области организованная ярмарка дает возможности для продажи туристам изделий народных промыслов, а местным фермерам реализации продуктов собственного производства и дополнительной рекламы. Местные творческие коллективы демонстрируют свои достижения, тем самым транслируя новый для туристов культурный материал. В свою очередь туристические фирмы, организующие данные мероприятия, получают доход, позволяющий продолжать деятельность на территории области.

Кейс второй. Городецкая сыроварня «Курцево». Сочетание агротуристических и гастрономических практик отчетливо отображается на примере Курцевской сыроварни, в которой существует зона животноводческих комплексов, собственная конюшня, разрабатываемая для посетителей эко-ферма и ресторан. Туристам предлагается прогулка по территории, дегустация и приобретение понравившихся продуктов, посещение конюшен с возможностью катания на лошадях, организация праздников и обучения верховой езде, а также ресторан, в меню которого блюда с сырами собственного производства. Также отметим частично реализованную практику организации промышленного туризма в виде использования прозрачных окон на территории ресторана, позволяющих посетителю напрямую наблюдать за процессом производства молочной продукции.

Организацией посещения сыроварни туристами руководство производства не занимается. Туристы приезжают либо самостоятельно, либо в рамках поездок, организованных туристическими фирмами. Чаще всего в качестве одного из элементов культурной программы посещения г. Городец. Несмотря на отсутствие сотрудничества сыроварни с туроператорами и рекламы, поток

туристов стабильно увеличивается и не является сезонным.

«... и растет очень сильно, потому что люди поехали внутрь России, и стал популярным экотуризм, в том числе и там большой поток у нас здесь проходит. По чекам, сколько приезжают, порядка 18 тысяч человек в месяц через эту нашу точку проходит. Это туристы, которые катаются на машинах по России, приезжают и так далее. <...> Организованные тоже, ну вот сейчас дегустация организовывается. Не пришли еще? Не пришли еще, да. Целый зал, я так понимаю, что автобусы опять придут. <...> Из Нижнего Новгорода, из Москвы и других городов» (директор сыроварни).

«Нет, у нас нет договоров. 50 туроператоров разом сюда, когда они сами сумели скооперироваться, одним автобусом приехали, им провели дегустацию. Они все посмотрели, как это происходит, сказали, все, мы теперь будем направлять сюда своих туристов» (директор сыроварни).

Несмотря на то, что основной доход предприятие получает от производства и продажи сыра через торговые сети страны, заинтересованность в поддержании туризма и его развитии на территории также остается. Сыроварня содержит конный клуб исключительно для туристов, сотрудничает с администрацией Городца в рамках развития туристических возможностей и разрабатывает собственные планы по расширению туристских практик и улучшению условий для посетителей.

«Сейчас с администрации вышло тоже предложение, давайте поставим глэмпинг сюда. У нас есть планы поставить, говорю, какую-то мини-фермочку, где можно поставить две коровы, две козы, которые там можно прийти, потрогать, покормить, подоить и так далее. Потому что все приезжают, спрашивают, им интересно. Люди приехали, им хочется потусоваться на

данной территории» (директор сыроварни).

Отдельно отметим, что нынешний запрос на подобный туристический опыт и объем потока туристов оказался неожиданным для руководства сыроварни, что еще раз подтверждает востребованность сельского туризма.

«Мы не планировали такого потока туристов, и мы на это не затачивались. Вот это помещение, которое есть, оно не способно переварить. Поэтому есть огромное количество негатива от людей, которые приезжают, хотят здесь расслабиться, а тут ну в выходные невозможно расслабиться, здесь забито всё полностью» (директор сыроварни).

«Мы никогда не думали, что сюда вообще люди поедут, потому что мы же в закуске. Это же тупик, отсюда выходов больше нет. По этой дороге извилистые заехали, по ней отсюда и выехать должны. Отсюда проехать куда-то больше нет. Проездным здесь дороги тоже нет. Нужно только специально сюда приехать. Мы никогда не планировали, что здесь будет такое количество людей» (директор сыроварни).

Кроме того, проведение экскурсионных туров для сыроварни является одним из важнейших на текущей момент способов популяризации продуктов своего производства.

«Почему нам интересно проводить дегустацию? Потому что мы знакомим людей со своим продуктом. Говорят, вкладываться в рекламу. Что реклама? Кто ее прочитал? Вот вы пришли, увидели трех производителей камамберов на полке. Вы как поймете, какой приобрести? Нужно попробовать. Вы сначала одного попробуете, второго попробуете, третьего попробуете. А потом вы по ощущениям поймете, вкусно-невкусно» (директор сыроварни).

Кейс третий. Экологическая тропа Копорье. Примером экотуризма является возможность посещения экотропы на территории охотничьего хозяйства

Копорье. В рамках экскурсии туристам предлагается не только мини-зоопарк с фазанами, козами, гусями и кроликами, но и прогулка к оленьему стаду. Посетители могут посмотреть на оленей, сфотографироваться, погладить и покормить животных без преград в виде клеток и заборов. Однако посещение тропы возможно только в составе туристической группы один раз в день в определенное время в сопровождении егеря, приобретение билетов доступно только в городе Городец, на территории самого хозяйства их приобрести нельзя. Для кормления животных необходимо самостоятельно заранее взять с собой корм, поскольку на территории экотропы продажа не осуществляется. Помимо этого, туристам необходимо заранее через группу в социальной сети «ВКонтакте» записаться на экскурсию. Сама дорога к оленям представляет собой тропу через лес, не оборудованную для туристов дорожками, лавочками, урнами и другими объектами инфраструктуры. В то же время подобный подход создает наиболее подходящие условия для получения той самой истинной «аутентичности» и ощущения сближения с природой. Такие строгие условия обосновываются типом самого места организации туристической практики. Охотничье хозяйство в первую очередь ориентировано на сохранение и безопасность собственной территории и популяции животных. При этом поток туристов даже с учетом всех неудобств, связанных с организацией, постоянно увеличивается. Так что подобные меры можно назвать частично сдерживающими. Для самих туристов в данном случае отсутствие клиентоориентированности компенсируется уникальностью предложения, поскольку именно здесь были зафиксированы случаи повторного туризма.

Заключение (Conclusions). Пример событийного туризма в виде Праздника русской печки сочетает в себе одновременно несколько видов туризма:

гастрономический, этнографический, промысловый, познавательный. Акторы (туристы, местные жители, организаторы праздника, монастырь, сельская местность, туроператоры, фермеры и др.) в рамках данного кейса находятся в процессе непрерывной сетевой взаимосвязи, таким образом практики формирующиеся в процессе их взаимодействия начинают воспроизводиться и закрепляться, создавая совершенно новые, не изучавшиеся ранее, практики организации сельского туризма, основанные на взаимовыгодном и обоюдно заинтересованном сотрудничестве, сопряженном с контекстуальной уникальностью и самобытностью, что может свидетельствовать о необходимости дальнейшего изучения именно сельского туризма, как одного из наиболее важных векторов постаграрного развития российского села.

Агротуризм на Курцевской сыроварне также сочетает в себе элементы нескольких видов туризма: гастрономического, промышленного, спортивного, праздничного. Сам коллектив сельского туризма в данном кейсе находится в состоянии формирования, где туристические практики определились акторами (туроператоры, туристы, работники и руководство сыроварни, администрация Городца, животные, востребованные и уникальные продукты и т.д.) в процессе последовательного взаимодействия, хотя и не были запланированы изначально. Более того, спонтанное зарождение данных практик в процессе этого взаимодействия повлияло на изменение деятельности самих работников сыроварни, побудив их к адаптации для последующих взаимодействий непосредственно с туристами, и отчасти, уже в роли работников сферы туризма. Данный кейс подтверждает популярность сельского туризма, посредством регулярно растущего потока посетителей, не

уменьшающегося даже в «несезонные» периоды.

Экотропа Копорье – пример организации туристических практик на закрытых территориях. Данный кейс наиболее точно показывает, как non-human акторы (окружающая среда, животные) способны оказывать воздействие на формирование и воспроизводство туристических практик. Более того туристы в данном контексте самостоятельно адаптируются под туристическое место и его работников, с вводимыми ими условиями, что показывает популярность сельского туризма даже в рамках существующего от акторов внутри сети ограничения на осуществление туристической практики.

Таким образом, мы можем говорить о том, что сельский туризм в Нижегородской области обладает высоким потенциалом, но его реализация сдерживается рядом факторов, включая недостаточную координацию со стороны муниципальных властей, нехватку кадров и только зарождающуюся интеграцию сельскохозяйственного производства в сферу туризма. При этом сельский туризм может стать важным инструментом постаграрного развития сельских территорий, способствуя укреплению их экономической базы, сохранению культурного наследия и повышению качества жизни местного населения, что делает особенно важным изучение практик организации туризма возникающих в данном зарождающемся сообществе.

Рассмотренные в статье исследования подчеркивают важность кадровой составляющей в развитии сельского туризма, учитывая, что одной из главных проблем, на текущий момент, является нехватка специалистов в области управления туризмом, организации мероприятий и гостеприимства в сельской местности. Развитие сельского туризма, требует создания программ профессионального обучения для местных жителей, направленных на развитие

компетенций в сфере агротуризма, событийного туризма и гостиничного бизнеса. Кроме того, важным фактором развития является формирование кооперации между сельскохозяйственными предприятиями, туристическими компаниями и региональными властями для создания устойчивых туристических маршрутов и развития туристической инфраструктуры. А представленный анализ конкретных кейсов подтвердил востребованность сельского туризма, поскольку его главными преимуществами являются сочетание в себе различных типов туризма и, следовательно, возможность реализации сразу нескольких мотивов за одно путешествие и возможность приближения к аутентичности, перемещения в новое пространство, получения нового уникального опыта, который недоступен в городской среде. Помимо этого, взаимодействие всех акторов туристических практик приводит к взаимовыгодному сотрудничеству, что, в свою очередь, способствует общему развитию сельских территорий в рамках постаграрного вектора, а активно происходящие изменения в данной отрасли открывают перспективы для дальнейших исследований этой сферы и отслеживания эффективности мер, предпринимаемых органами власти и управления в контексте значимости внутреннего туризма для развития страны.

Список литературы

- Аникина А. В. Использование ресурсов сельского туризма для развития сельских территорий // Социально-экономические аспекты развития сельских территорий. Материалы Всероссийской (национальной) научно-практической интернет-конференции, посвященной 60-летию экономического факультета. Нижний Новгород: ФГБОУ ВО «Нижегородская государственная сельскохозяйственная академия», 2020. С. 29-32.
- Блехцин И. Я., Сущинский Ф. В. Характеристика туристской практики повторных туристов // Теория и практика

сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2015. № 1. С. 84-87.

Колдаев А. В. К вопросу о классификации сельского туризма // Вестник РМАТ. 2012. № 2-3. С. 27-30.

Корбут Л. С. Развитие малого несельскохозяйственного бизнеса на селе. Никоновские чтения. 2007. № 12. С. 467-469.

Лебедева И. В., Копылова С. Л., Лебедева Т. А. Аналитический отчет «Исследование потребителей услуг сельского туризма в России». Москва: АНО «АРСИ», 2021. 39 с.

Левковец А. В., Аникина А. В. Событийные мероприятия и туризм в сельских поселениях // Экономика, управление и право: тенденции и перспективы развития. Нижний Новгород: ФГБОУ ВО «Нижегородская государственная сельскохозяйственная академия», 2020. С. 147-150.

Сердюкова Н. К., Баль Н. В., Сердюков Д. А. Сельский туризм как драйвер устойчивого развития туристских территорий // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2022. № 2 (14). С. 12-24.

Alegre J., Juaneda C. Destination Loyalty: Consumers' Economic and repeat tourists // Journal of Travel Research, 2004. Vol. 3, № 42. Pp. 279-285.

Boorstin, D. J. The image: A guide to pseudo-events in America. New York: Harper & Row, 1964.

Bruner E. M. Abraham Lincoln as authentic reproduction: a critique of postmodernism // American Anthropologist, 2009. Vol. 2, № 96. Pp. 397-415. DOI: 10.1525/aa.1994.96.2.02a00070

Cohen E. Toward a sociology of international tourism // Social research, 1972. Vol. 1, № 39. Pp. 164-182.

Cohen E. A phenomenology of tourist experiences // Sociology, 1979, Vol. 2. № 13. Pp. 179-201.

Cohen E., Cohen S. A. Current sociological theories and issues in tourism // Annals of Tourism research, 2012. Vol. 4, № 39. Pp. 2177-2202. DOI: 10.1016/j.annals.2012.07.009.

de Souza Bispo M. Tourism as practice // Annals of Tourism Research, 2016. Vol. 61, №2. Pp. 170-179. DOI: 10.1016/j.annals.2016.10.009.

Fakeye P.C., Crompton J.L. Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley //

Journal of Travel Research, 1991. Vol. 2, № 30. Pp. 10-16.

Lau, L. S., McKercher B. Exploration versus acquisition: A comparison of first-time and repeat visitors // Journal of Travel Research, 2004. Vol. 3, № 40. Pp. 279-285. DOI: 10.1177/0047287503257502.

MacCannell D. Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings // American journal of Sociology, 1973. Vol. 3, № 79. Pp. 589-603.

MacCannell, D. The tourist: A new theory of the leisure class. New York: Schocken Books, 1976.

Urry J. The Tourist Gaze. Leisure and travel in contemporary societies. 2 ed. London, 2002.

Valtonen A. Small tourism firms as agents of critical knowledge // Tourist Studies, 2009. Vol. 2, № 9. Pp. 127-143. DOI: 10.1177/1468797609360600.

Ning Wang N. W. Rethinking authenticity in tourism experience // Annals of Tourism Research, 1999. Vol. 2, № 26. Pp. 349-370. DOI: 10.1016/s0160-7383(98)00103-0

References

Anikina, A. V. (2020), "The use of rural tourism resources for the development of rural areas", *Sotsialno-ekonomicheskie aspekty razvitiya selskih territory. Materialy Vserossiyskoy (natsionalnoy) nauchno-prakticheskoy internet-konferentsii, posvyashhennoy 60-letiyu ekonomicheskogo fakulteta* [Socio-economic aspects of rural development. Materials of the All-Russian (national) Scientific and Practical Internet Conference dedicated to the 60th anniversary of the Faculty of Economics], Nizhny Novgorod State Agricultural Academy, Nizhny Novgorod, Russia, 29-32. (In Russian)

Blekhtsin, I. Ya., Sushhinsky, F. V. (2015), "Characteristics of the tourist practice of repeat tourists", *Teoriya i praktika servisa: ekonomika, sotsialnaya sfera, tekhnologii*, (1), 84-87. (In Russian)

Koldaev, A. V. (2012), "On the issue of classification of rural tourism", *Vestnik RMAТ*, (2-3), 27-30. (In Russian)

Korbut, L. S. (2007), "Development of small non-agricultural businesses in rural areas", *Nikonovskie chteniya*, (12), 467-469. (In Russian)
Lebedeva, I. V., Kopylova, S. L., Lebedeva,

T. A. (2021), *Analiticheskiy otchet "Issledovanie potrebiteley uslug selskogo turizma v Rossii"* [Analytical report "Research of consumers of rural tourism services in Russia"], ANO "ARSI", Moscow, Russia. (In Russian)

Levkovets, A. V., Anikina, A. V. (2020), "Event events and tourism in rural settlements", *Ekonomika, upravlenie i pravo: tendentsii i perspektivy razvitiya* [Economics, management and law: trends and development prospects], Nizhny Novgorod State Agricultural Academy, Nizhny Novgorod, Russia, 147-150. (In Russian)

Serdyukova, N. K., Bal, N. V., Serdyukov, D. A. (2022), "Rural tourism as a driver of sustainable development of tourist territories", *Professorskiy zhurnal. Seriya: Rekreatsiya i turizm*, (2), 12-24. (In Russian)

Alegre, J., Juaneda, C. (2004), "Destination Loyalty: Consumers' Economic and repeat tourists", *Journal of Travel Research*, 3 (42), 279-285.

Boorstin, D. J. (1964), *The image: A guide to pseudo-events in America*, New York: Harper & Row.

Bruner, E. M. (2009), "Abraham Lincoln as authentic reproduction: A critique of postmodernism", *American Anthropologist*, 2 (96), 397-415, DOI:10.1525/aa.1994.96.2.02a00070

Cohen, E. (1972), "Toward a sociology of international tourism", *Social Research*, 1 (39), 164-182.

Cohen, E. (1979), "A phenomenology of tourist experiences", *Sociology*, 2 (13), 179-201.

Cohen, E., Cohen, S. A. (2012), "Current sociological theories and issues in tourism", *Annals of Tourism Research*, 4 (39), 2177-2202, DOI: 10.1016/j.annals.2012.07.009

Bispo, M. d. S. (2016), "Tourism as practice", *Annals of Tourism Research*, 61 (2), 170-179, DOI: 10.1016/j.annals.2016.10.009

Fakeye, P. C., Crompton, J. L. (1991), "Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley", *Journal of Travel Research*, 2(30), 10-16.

Lau, L. S., McKercher, B. (2004), "Exploration versus acquisition: A comparison of first-time and repeat visitors", *Journal of Travel Research*, 3 (40), 279-285, DOI:10.1177/0047287503257502

MacCannell, D. (1973), "Staged authenticity: Arrangements of social space in

tourist settings", *The American Journal of Sociology*, 3 (79), 589-603.

MacCannell, D. (1976), *The tourist: A new theory of the leisure class*, New York: Schocken Books.

Urry, J. (2002), *The Tourist Gaze. Leisure and travel in contemporary societies*, 2 ed. London.

Valtonen, A. (2009), "Small tourism firms as agents of critical knowledge", *Tourist Studies*, 2(9), 127-143, DOI: 10.1177/1468797609360600.

Wang, N. (1999), "Rethinking authenticity in tourism experience", *Annals of Tourism Research*, 2 (26), 349-370, DOI: 10.1016/s0160-7383(98)00103-0.

Статья поступила в редакцию 16 января 2025 г. Поступила после доработки 25 февраля 2025 г. Принята к печати 01 марта 2025 г.

Received 16 January 2025. Revised 25 February 2025. Accepted 01 March 2025.

Конфликты интересов: у авторов нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interest to declare.

Шилова Валентина Александровна, кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник, заведующий лабораторией исследования проблем инфосоциальных технологий (ЛИСТ) Центра социологии управления и социальных технологий Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, ведущий научный сотрудник НИУ ВШЭ Москва, Россия.

Valentina A. Shilova, Candidate of Sciences in Sociology, Leading Researcher, Head of the Laboratory for the Study of Problems of Infosocial Technologies (LIST), Center for Sociology of Management and Social Technologies, Institute of Sociology, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences, Senior Researcher at the HSE Faculty of Social Sciences, Moscow, Russia.

Быков Кирилл Владимирович, научный сотрудник Центра социологии управления и социальных технологий Федерального научно-

исследовательского социологического центра Российской академии наук, аспирант Государственного академического университета гуманитарных наук, Москва, Россия.

Kirill V. Bykov, Researcher, Center for Sociology of Management and Social Technologies, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, Postgraduate State Academic University for the Humanities, Moscow, Russia.

Гречаная Анна Александровна, старший лаборант исследователь с высшим образованием Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, младший научный сотрудник факультета социальных наук НИУ ВШЭ, Москва, Россия.

Anna A. Grechanaya, Senior Research Laboratory Assistant with Higher Education, Institute of Sociology – Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences, Junior Researcher at the Faculty of Social Sciences of the Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Кожарин Вячеслав Леонидович, старший лаборант исследователь с высшим образованием Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, стажер-исследователь факультета социальных наук НИУ ВШЭ, Москва, Россия.

Vyacheslav L. Kozharin, Senior Laboratory Assistant Researcher with higher education at the Institute of Sociology of the Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences, Intern Researcher at the Faculty of Social Sciences of the Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Репин Денис Вячеславович, стажер-исследователь факультета социальных наук НИУ ВШЭ, аспирант Государственного академического университета гуманитарных наук, Москва, Россия.

Denis V. Repin, Intern Researcher at the Faculty of Social Sciences of the Higher School of Economics, Postgraduate State Academic University for the Humanities, Moscow, Russia.