

Оригинальная статья / Original article

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-120-163](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-120-163)

5.10.1. Теория и история культуры, искусства
УДК 338.48-5:008(470.4)



СТРАНСТВИЯ ТУРИСТА ХХІ ВЕКА В ДРЕВНЕМ ГОРОДЕ: ЗНАНИЯ ИЛИ ВПЕЧАТЛЕНИЯ



Даниил Александров,
Новгородский
государственный
университет
им. Ярослава Мудрого
(Великий Новгород, Россия)

Daniil Alexandrov,
Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia)

ORCID: 0009-0004-1422-8716
e-mail: dali Aleksandrov6@gmail.com



Татьяна Шмелева,
Новгородский
государственный
университет
им. Ярослава Мудрого
(Великий Новгород, Россия)

Tatyana Shmeleva,
Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia)

ORCID: 0000-0002-3360-0518
e-mail: szmiel@mail.ru

Аннотация. Статья рассматривает культурологические и медийные аспекты регионального туризма в контексте путешествий в исторические города. На примере Великого Новгорода анализируются возможности современного туриста получить в древнем городе одновременно и знания, и впечатления. Вводя понятие роли туриста, авторы противопоставляют его ролям слушателя, зрителя, действующего лица, вкusicителя, показывая, как в различных туристских практиках реализуется каждая из них или же проявляется то или иное их сочетание. При этом анализируются не только классические туристские форматы, такие как экскурсии, но и более современные – фестивали, гастропроекты, мастер-классы. Оценивая изученную практику как весьма перспективную, авторы обращают внимание на особенности ее медиасопровождения, усматривая именно в нем важнейшее средство актуализации знаний и «производства» впечатлений.

Ключевые слова: Великий Новгород, исторический образ, культурное наследие, туризм, событийный туризм, стереотипы, инновации, цифровизация, гастрономия

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки (собственные ресурсы).

Для цитирования статьи:

Александров, Д. Д., & Шмелева, Т. В. (2026). Странствия туриста XXI века в древнем городе: знания или впечатления. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(14), 120–163. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-120-163](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-120-163)

A TOURIST'S JOURNEY IN THE 21ST CENTURY IN AN ANCIENT CITY: KNOWLEDGE OR IMPRESSIONS

Abstract. This article examines the cultural and media aspects of regional tourism, in the context of travel to historic cities. Using Veliky Novgorod as an example, it analyzes the modern tourist's ability to gain knowledge and impressions in this ancient city simultaneously. Introducing the concept of the tourist's role, the authors contrast it with the roles of listener, spectator, actor, and taster, demonstrating how each of these roles is realized or how various combinations of them are manifested in various tourism practices. They analyze not only classic tourism formats such as excursions but also more modern ones such as festivals, gastronomic projects, and master classes. Evaluating the practice studied as highly promising, the authors draw attention to the specifics of its media coverage, seeing it as a crucial means of updating knowledge and "producing" impressions.

Keywords: Veliky Novgorod, historical image, cultural heritage, tourism, event tourism, stereotypes, innovation, digitalization, gastronomy

Funding: the research had no sponsorship (own resources).

For citation:

Alexandrov, D. D., & Shmeleva, T. V. (2026). A tourist's journey in the 21st century in an ancient city: knowledge or impressions. *Experience Industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(14), 120–163. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1\(14\)-120-163](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2026-1(14)-120-163)

Зачем туристы едут в Великий Новгород?

Тревел-сегмент (туризм, путешествия или странствия и т. д.), как бы он сейчас ни именовался, занимает все более значительное место в жизни современного человека, что делает рассмотрение этого вида получения новых впечатлений крайне актуальным для гуманитарных наук как в многочисленных прикладных, так и в сугубо теоретических аспектах. В рамках странствий по своей стране или же регионального туризма особый интерес представляют поездки в города с какой-то уникальной историей. В настоящей работе рассматривается целый ряд вопросов, связанных со странствиями такого рода в древнейший город нашей страны – Великий Новгород.

Великий Новгород традиционно считается одним из важнейших историко-культурных центров России, обладающих уникальным культурным наследием, фиксируемым в многочисленных археологических и архитектурных памятниках. Однако современный региональный туризм все чаще сталкивается с ограниченным восприятием того или иного города исключительно через призму его исторического прошлого, что создает узкий и стереотипный образ, не отражающий ни современного туристического потенциала, ни, увы, реальной жизни самого города.

Актуальность настоящей статьи обусловлена необходимостью переосмысления многомерного образа древнего города, который бы органично сочетал богатейшее культурное наследие с актуальными трендами современных туристических практик. Они в полной мере располагают уникальными

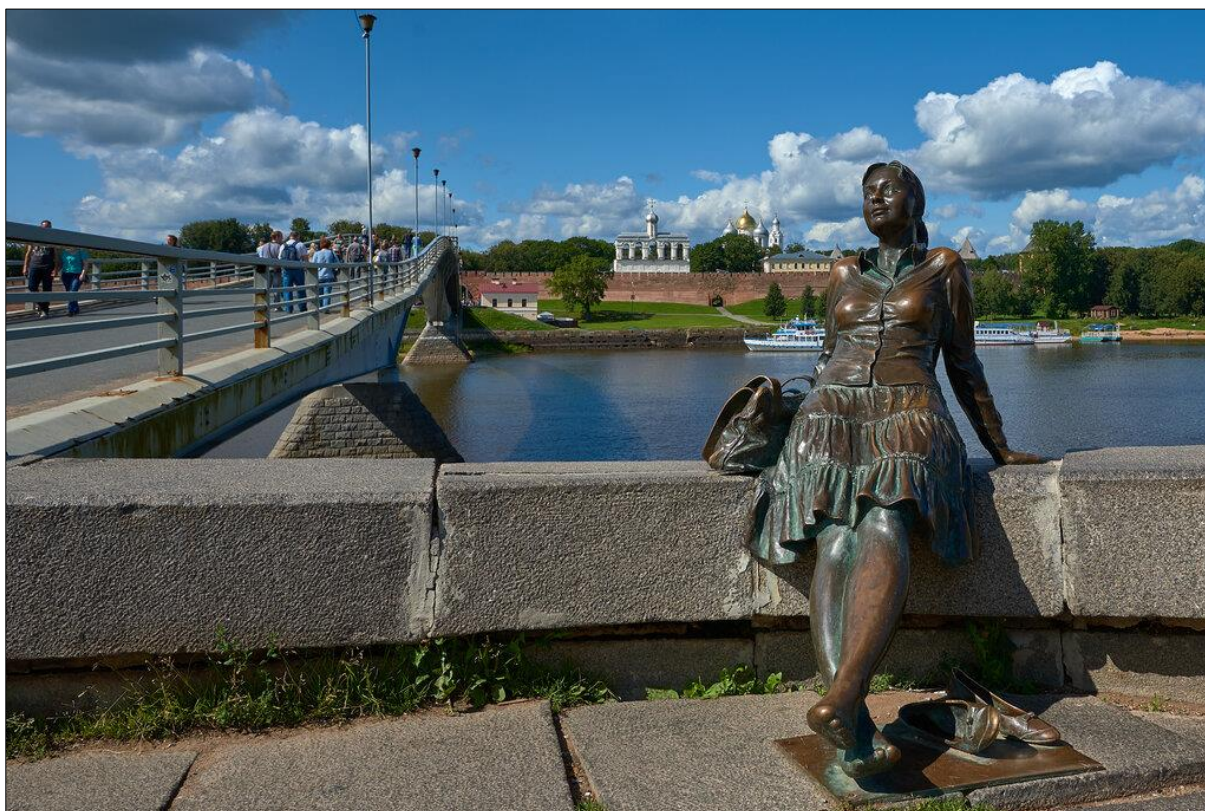
возможностями в плане предоставления туристу не только ценных знаний и неповторимого визуального опыта, но и целого ряда иных, очень ярких и запоминающихся впечатлений. В статье сделан акцент на критическом анализе существующих подходов к представлению новгородского культурного наследия, в которых безусловно доминирует лишь традиционный историко-архитектурный нарратив. В результате формируется суженное представление о городе, практически не отображающее его современную культурную динамику.

Важно отметить, что для подведения итогов поездки в тот или иной город и формирования последующих воспоминаний о ней важно не только *ЧТО* именно останется в памяти гостя, но и то, *КАК* была получена эта информация. В связи с этим авторами рассматриваются некоторые перспективные направления развития туризма, способные органично объединить традиционное историческое наследие с современными инновационными форматами его презентации – включая цифровые технологии, событийные и гастрономические проекты.

Концепция настоящего исследования базируется на синтезе культурологического, туристического и медийного подходов, в рамках которого историческое наследие «все чаще воспринимаются как фактор устойчивого развития» [Королева и др., 2024: 126] территорий, настоятельно требующий современных механизмов актуализации.

Итак, в центре нашего исследования находится турист, воспринимающий и оценивающий одновременно как культурно-исторический, так и современный облик города. В контексте

подобного культурного опыта именно турист играет ключевую роль в формировании и последующей медийной трансляции собственных впечатлений, а также совокупного имиджа региона. Для анализа его позиции в работе используется типология потребителей туристических услуг, позволяющая выявить различия в мотивациях и предпочтениях, а также продемонстрировать особенности восприятия туристического продукта. Иными словами, мы попытаемся ответить на следующие актуальные вопросы: «Зачем турист приезжает в Великий Новгород?», «Находит ли он здесь желаемое?», а также «Что надо сделать для того, чтобы его желания оправдались?»



Ил. 1. «Уставшая туристка», или как выглядит девушка, утомленная знаниями о прошлом Новгорода. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3SXzHM>

При этом следует подчеркнуть, что турист – традиционная и очень привычная деталь новгородского культурного пейзажа. Новгородцы охотно общаются с приезжими, помогают им ориентироваться, при случае сообщают необходимую информацию, интересующую гостей города. Как своеобразную и крайне удачную материализацию этого персонажа можно воспринимать скульптуру новгородского мастера Вадима Боровых «Уставшая туристка», установленную в 2003 году у пешеходного моста через реку Волхов. Она очень популярна среди реальных туристов и гостей города, использующих любую возможность, чтобы сфотографироваться с ней (ил. 1).

Замороженный во времени, или проклятие «музея под открытым небом»

Если говорить о знаниях, которыми располагает рядовой турист и которые он может приобрести в городе, то образ Великого Новгорода массово ассоциируется исключительно с его историческим, в первую очередь средневековым, прошлым, что отчасти создает и консервирует устойчивый стереотип «города прошлого» [Ткаченко, 2019: 97].

Кроме того, Новгород продолжает восприниматься как город, будто бы застывший в историческом прошлом. В ходе анализа городских путеводителей XIX–XXI веков большинство исследователей делает вывод о том, что образ города

преимущественно формировался под влиянием устойчивых представлений о его древности:

«Господин Великий Новгород <...> тихо живет по настоящее время, сохраняя памятники глубокой старины» [Терешикина, 2024: 49].

Подобное восприятие города как «застывшего в прошлом» пространства находит отражение и в работах ученых. Так, Е. Ю. Агеева отмечает необходимость серьезной трансформации городских функций. По ее мнению, если в прошлом город был центром производства и торговли, то современный город должен стать пространством коммуникации, отдыха и организации привлекательного культурно-исторического пространства [Агеева, 2007: 117].

Новгородские исследователи сообщают, что символический капитал Великого Новгорода, исходя из количества упоминаний элементов территориальной среды со стороны жителей города и гостей, его посетивших, концентрируется вокруг доминирующих архитектурных особенностей города – Новгородского кремля и православных храмов [Федотова & Васильева, 2017: 120].

В работах специалистов особо подчеркивается, что Великий Новгород обладает уникальным культурным наследием, которое является ключевым ресурсом для развития туризма [Муравьева, Федотова, 2017: 631]. Однако и в этом случае безусловное доминирование стереотипного восприятия города как «музея под открытым небом» существенно ограничивает его туристический рекреационный и социокультурный потенциал.

Следует указать, что образ Великого Новгорода как «города прошлого» формировался и закреплялся благодаря значимым историческим событиям, уникальному архитектурному наследию и особенностям его туристического позиционирования. Исследователи подчеркивают, что неповторимые архитектурные ансамбли – Новгородский кремль, Софийский собор, Ярославово дворище – традиционно воспринимаются как символы древнерусской государственности, создавая стереотип города-музея веков, где намеренный акцент на древности формировал образ «портала в прошлое» [Терешкина, 2024: 48].

Ученые отмечают, что в туристических программах и музейных экспозициях, например в таких, как реконструкции на Ярославовом дворище, исторический нарратив подается преимущественно через призму древности и традиций [Тарабардина, 2015: 37]. Однако именно в этот момент современная жизнь и дальнейшее культурное развитие вытесняются, а затем так и остаются на втором плане.

По словам исследователей, подобные историко-культурные программы в итоге создают упрощенный и стереотипный образ Новгорода, в котором доминирует представление о нем как о «городе прошлого» [Ткаченко, 2019: 97]. Такой подход гарантировано превращает туриста в пассивного зрителя, лишая его возможности увидеть Новгород как уникальное, живое и творческое пространство, где история непрерывно продолжается в ремеслах, кухне и современных фестивалях.

Исследования специалистов демонстрируют многогранность и динамичность новгородской истории, включая ее политическое

устройство и культурную преемственность. Однако в современном туристическом нарративе история Новгорода часто и намеренно сводится лишь к упрощенному образу «застывшей древности».

Между тем анализ политического устройства Новгородской республики, проведенный академиком В. Л. Яниным, показывает его необычайно сложную природу. Известный ученый справедливо акцентировал внимание на том, что

«Новгородская государственность <...> предстает перед нами как сложный симбиоз органов республиканской и княжеской власти, соотношение которых отнюдь не неизменно» [Янин, 2003: 7].

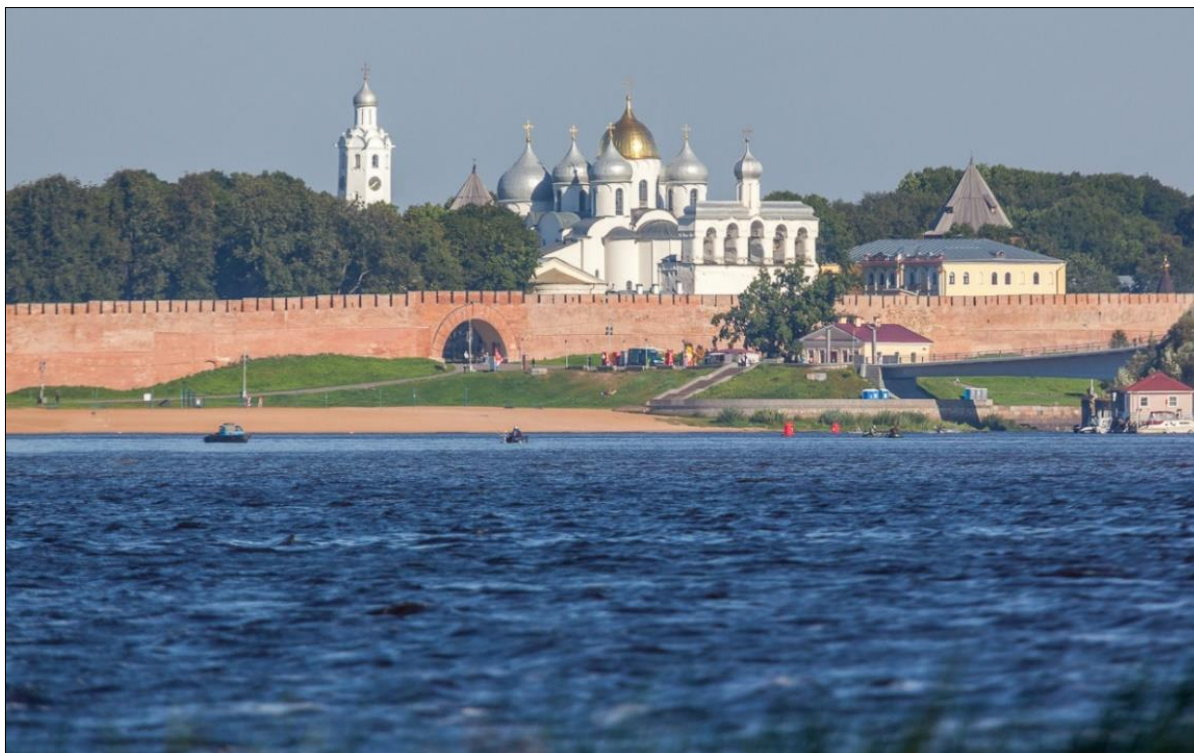
Кроме того, в своих многочисленных трудах исследователь последовательно описывал двойственность новгородской политической системы, где формально демократические институты скрывали реальное влияние боярства, замечая, что традиционный вечевой

«строй сравнительно с организацией управления в княжествах в самом деле отличался видимыми чертами демократизма в его средневековых формах, но этот демократизм иллюзорен. Новгородский вечевой строй является образцом демократии в ее боярском варианте» [Янин, 2003: 7].

Таким образом, информацию, составляющую основу знаний о Новгороде в разные периоды его многовековой истории, наш воображаемый турист мог заранее неоднократно слышать еще в средней школе, а уже потом получил возможность еще и еще раз получить ее и от новгородских гидов, с удовольствием рассказывающих в основном о прошлом города.

В плане зрительного восприятия туристами Великого Новгорода можно говорить о двух впечатляющих визуальных доминантах – Кремле с сооружениями внутри него и Ярославовом

дворище. Важно подчеркнуть, что они воспринимаются буквально с одной точки обзора, например, с упоминавшегося нами выше пешеходного моста, что обеспечивает целостность восприятия древнего города, который наш современник видит практически таким же, как житель средневекового Новгорода (ил. 2).



Ил. 2. Первая визуальная доминанта Великого Новгорода: Кремль, Софийский собор, Часозвоня...
© «Новгород.ру». Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
<https://i.novgorod.ru/wallpapers/kremlini/1280x800.jpg>

Помимо Кремля, вторая визуальная доминанта Великого Новгорода – Ярославово дворище и Торг, в совокупности представляющие собой уникальный архитектурный комплекс XII–XVIII веков, включающий Никольский собор, церковь Параскевы Пятницы и другие уникальные памятники, традиционно преподносятся туристам как центр древнерусской торговли и политической жизни (ил. 3).

Проводимые здесь современные мероприятия, такие как ярмарки или же городские праздники, к большому сожалению, редко становятся частью туристического нарратива; внимание туристов и экскурсионных программ все равно сосредоточено в первую очередь на средневековом наследии Новгорода.



Ил. 3. Ярославово дворце – вторая важнейшая визуальная доминанта Великого Новгорода.

© «Новгород.ру». Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://i.novgorod.ru/www/images/81/21/2181.jpg>

В то же время тщательное и профессиональное исследование артефактов, а именно новгородских печатей, как отмечал В. Л. Янин, имеет особое значение для понимания истории города. Так, печать «Мстиславовой грамоты – единственный русский документ XII в. с печатью, поэтому знания о домонгольских буллах формировались

с учетом всех известных данных о печати Мстиславовой грамоты» [Янин & Гайдуков, 1996: 16]. Анализ изображений на печатях позволяет проследить эволюцию важнейших культурных и политических традиций. Так, изображение

«св. Феодора в композиции «чудо о змии» встречается кроме интересующего нас случая еще только один раз – в группе уже рассмотренных выше печатей, которые насчитывают 34 экземпляра, группирующихся по незначительным отличиям матриц в пять разновидностей» [Янин & Гайдуков, 1996: 16] (ил. 4).



Ил. 4. Лакиер А.Б. Пропись печати Князя Мстислава с берестяной грамоты, найденной в начале XIX в. в Юрьевом монастыре. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/Wwq5Y>

Археологической сенсацией 2025 года стала найденная в августе на Ярославовом дворище печать Ярослава с надписью «князь русский» [Дубовкий, 2025], которая была воспринята новгородцами как подлинный предмет из княжеской канцелярии тысячелетней давности, что широко обсуждалось в новгородских и федеральных медиа (ил. 5). Таким образом, в плане визуальных впечатлений Великий Новгород сегодня практически целиком воспринимается именно как «город экспонатов»: от таких монументальных сооружений, как Кремль, до миниатюрных печатей, которые помещаются в руках.



Ил. 5. Прикосновение к истории: древняя печать Ярослава в руках нашего современника. Артефакт был найден сотрудниками Института археологии РАН в Великом Новгороде на территории Ярославова дворища. Изображения размещены в свободном доступе на платформах: <https://golnk.ru/58LNl> <https://golnk.ru/3ex7Q>

Итак, знания о Великом Новгороде, обращающиеся в туристической индустрии, которые турист воспринимает как слушатель и зритель, усиленно создают, поддерживают и транслируют образ «города прошлого», «города экспонатов». Можно сказать, что сам Новгород по привычке воспринимается как один большой экспонат, круглогодично разглядываемый тысячами туристов. Убедиться в этом позволяет и рассмотрение спектра туристических услуг в нашем городе.

Что видят и слышат туристы в Великом Новгороде?

Анализ популярных экскурсий по Великому Новгороду на ведущих туристических платформах выявляет устойчивую тенденцию к доминированию историко-культурного нарратива. Как показывают данные, приведенные нами в таблице 1, наиболее востребованными оказываются программы, посвященные как раз

Таблица 1. Популярные экскурсии по Великому Новгороду. 2021–2026 гг.

Сервис	Название экскурсии	Рейтинг	Ссылка
Tripster	«Здравствуй, Великий Новгород!»	4.99 (514 отзывов)	https://experience.tripster.ru/experience/35274/
Tripster	«Первое знакомство с Великим Новгородом»	4.93 (101 отзыв)	https://experience.tripster.ru/experience/61894/
Tripster	«Великий Новгород – древняя столица Севера Руси»	4,83 (405 отзывов)	https://experience.tripster.ru/experience/40387/
TripAdvisor	Гид по Великому Новгороду	4.9 (47 отзывов)	https://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g298502-d10800591-Reviews-Guide_in_Veliky_Novgorod-Veliky_Novgorod_Novgorod_Oblast_Northwestern_District.html
TripAdvisor	Ваш новгородский гид	5.0 (20 отзывов)	https://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g298502-d19658388-Reviews-Your_Guide_of_Veliky_Novgorod-Veliky_Novgorod_Novgorod_Oblast_Northwestern_Distr.html
TripAdvisor	Спектакль-променад «Слушай Новгород»	5.0 (29 отзывов)	https://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g298502-d23604361-Reviews-Veliky_Novgorod_Novgorod_Oblast_Northwestern_District.html
Sputnik8	Вечерняя экскурсия «История Великого Новгорода»	4.6 (30 отзывов)	https://www.sputnik8.com/ru/veliky-novgorod/activities/63886-vechernyaya-ekskursiya-istoriya-velikogo-novgoroda?event_date=2026-04-20&option_id=63886&event_id=175883111&ticket_id_126259=1
Sputnik8	«Здравствуй, Великий Новгород»	5.0 (344 отзыв)	https://www.sputnik8.com/ru/veliky-novgorod/activities/50386-zdravstvuy-velikiy-novgorod
Sputnik8	Вечерняя водная прогулка "Ильменский закат"	4,7 (80 отзывов)	https://www.sputnik8.com/ru/veliky-novgorod/activities/62509-vechernyaya-vodnaya-progulka-ilmenskiy-zakat?event_date=2025-07-15&option_id=62509&event_id=162652239&ticket_id_126247=1

древнему наследию города – экскурсии «Здравствуй, Великий Новгород!» (4.99/514 отзывов) и «Великий Новгород – древняя столица Севера Руси» (4.83/405 отзывов) на Tripster, а также «Спектакль-променада "Слушай Новгород"» (5.0/29 отзывов) на TripAdvisor.

Показательно сравнение популярности различных туристических программ по количеству отзывов. Традиционные обзорные экскурсии собирают сотни оценок и комментариев, что говорит об их высокой востребованности. В то же время альтернативные предложения, например, водная прогулка «Ильменский закат» на платформе Sputnik8, имеют гораздо меньше отзывов – около 80, что указывает на их небольшую популярность. Все это подтверждает вывод о формировании устойчивого стереотипа, согласно которому Великий Новгород традиционно воспринимается именно как «музей под открытым небом». И даже несмотря на многочисленные попытки внедрения новых форматов, исторический образ города пока остается доминирующим.

Анализ восприятия Великого Новгорода показывает, что в представлениях большинства посетителей город все еще сохраняет статический исторический образ. Это создает ограничения для развития туристической сферы и удовлетворения запросов современных путешественников. Такой имидж заметно снижает и туристическую привлекательность города, поскольку не соответствует ожиданиям современной аудитории.

Для туристов, которые не первый раз приезжают в город, такой подход, кроме всего прочего, означает упрощенный и ограниченный опыт, который сводится к обзорному знакомству

с основными историческими объектами (Кремль, Софийский собор, Ярославово дворище) без учета современных тенденций и глубокого исторического контекста. Это отражается в тематике популярных экскурсий, где безраздельно преобладают сюжеты, связанные с древностью. Отзывы туристов обычно ограничиваются впечатлениями от архитектурных памятников.

Однако в современных условиях такой стереотип оказывается ограничивающим, поскольку не учитывает разнообразия ожиданий и потребностей туристов, особенно тех из них, кто ищет более индивидуализированный и живой опыт с ориентацией на актуальную культурную жизнь города. Отсутствие интеграции новых культурных практик и инициатив в туристические программы приводит к тому, что культурное наследие воспринимается лишь как фиксированный набор экспонатов прошлого, что значительно уменьшает глубину и эмоциональную насыщенность потенциальных впечатлений от знакомства с ним.

В итоге традиционное туристическое позиционирование Великого Новгорода как исключительно исторического города создает и консервирует его упрощенный и статичный образ, совершенно не отражающий реальное живое и многомерное пространство с его современными культурными инициативами. Такая ограниченность существенно тормозит развитие туризма, способного отвечать разнообразным запросам современной аудитории и поддерживать устойчивое культурное и социально-экономическое развитие всего региона.

Амплуа современного туриста: беречь нельзя, расширить!

Безусловно, погружение в многочисленные, разноплановые исторические и культурные контексты требует современного понимания ролей участников в процессе восприятия ими культурных явлений. В этой связи актуально использование терминологии ролей туриста, которая отражает степень вовлеченности человека в культурную среду, будь то на уровне наблюдения, слушания или же активного участия. Израильский социолог Эрик Коэн предложил типологию туристов, основанную на их независимости от туристической инфраструктуры и степени погружения в местную культуру. В этой связи он выделил четыре типа туристов: организованный массовый турист, индивидуальный массовый турист, исследователь и дрефтер [Cohen, 1972: 164–182].

Организованный массовый турист изначально предпочитает полностью спланированные пакетные туры, в рамках которых все заранее предусмотрено туроператорами. Такой турист посещает популярные достопримечательности, следует стандартным маршрутам и редко контактирует с местными жителями. Он предпочитает оставаться в своеобразном туристическом «пузыре». Его роль пассивна – он, скорее всего, зритель или слушатель. Наглядный пример – большие группы туристов, которые передвигаются строго на автобусах и слушают гидов.

Индивидуальный массовый турист гораздо более самостоятелен, но все еще использует стандартную туристическую инфраструктуру. Он сам планирует маршрут, но предпочитает это делать в рамках привычных вариантов. Да, он может пробовать местную кухню или даже посетить менее известные места, но в целом остается наблюдателем. Такой турист

живет в гостинице, пользуется транспортом и выбирает для знакомства как популярные, так и нестандартные объекты.

Исследователь – это турист, который хочет глубже понять культуру места. Он самостоятельно организует свою поездку, готов выйти из зоны комфорта. Активно общается с местными жителями, посещает культурные события, избегает стандартных маршрутов. Такой человек не просто смотрит, но и участвует. В качестве примера можно назвать туриста, который снимает жилье у местных жителей, учится ремеслам или ходит на традиционные праздники.

Дрифтер максимально самостоятелен. Он почти не использует привычную туристическую инфраструктуру, живет, как местные жители, пытается адаптироваться к их образу жизни. Поэтому он намеренно избегает привычных и типовых туристических мест и стремится к подлинному опыту. Это – активный участник, полностью погруженный в повседневную культуру. Он сам отвечает за свое путешествие.

Переход от роли зрителя или слушателя к роли участника – это постепенное привлечение туриста в то или иное значимое культурное место. По типологии Эрика Коэна, это процесс, когда турист перестает быть пассивным наблюдателем и приобретает активность в своих путешествиях. Сначала турист обычно выступает в роли пассивного наблюдателя. Он ходит по музеям, слушает экскурсоводов, осматривает достопримечательности. На этом этапе он просто получает готовую информацию, не проявляя особой инициативы. Его главная задача – запастись базовыми впечатлениями и развлечься.

Со временем, набравшись опыта и начав лучше понимать местную культуру, такой турист становится все более активным. У него появляется желание самостоятельно исследовать

окрестности, выбирать маршруты, участвовать в жизни местных жителей. Отныне он уже не просто зритель, а настоящий соавтор своего путешествия, поскольку сам решает, когда и куда пойти, а также чем именно там заняться. Такой турист может участвовать в мастер-классах по традиционным ремеслам, посещать местные праздники или даже помогать в волонтерских программах. Он не просто наблюдает, но активно взаимодействует с людьми, влияет на ход событий, живо обменивается опытом.

Этот переход от пассивности к активности крайне важен. Он помогает «внешнему» человеку глубже понять культуру, развивает эмпатию и уважение к местным традициям. Активный турист получает более насыщенный и осмысленный опыт. К тому же такой подход делает туризм более ответственным и устойчивым.

Согласно данным Росстата за 2024 год, Новгородская область заняла сорок восьмое место в Национальном туристическом рейтинге. Несмотря на резкий спад в 2020 году (716,9 тыс. ночевок против 1114,1 тыс. в 2019-м), к 2023 году регион уже продемонстрировал устойчивое восстановление: количество коллективных средств размещения достигло 167 (включая 56 специализированных), а число ночевок – 1474,8 тысячи. Показательно, что основной рост обеспечивался за счет внутреннего туризма – 445,3 тысячи российских туристов (98,8 % от общего потока), тогда как иностранные гости составляли лишь 1,2 % (5,3 тыс. человек). Санаторно-курортный сектор также показывал положительную динамику: 56 организаций на 5029 мест обслужили в 2023 году 93,3 тыс. человек. Однако наблюдалось сокращение числа турфирм (со 100 в 2015 году до 64 в 2023-м), а въездной туризм через них практически отсутствовал (в 2023 году

не зафиксировано ни одного иностранного туриста) [Статистический ежегодник Новгородской области, 2025].

В случае с Великим Новгородом основную часть туристов составляют две категории. Первая – это обычные туристы, которые предпочитают традиционные, хорошо структурированные экскурсии с гидом. Для них важна детальная информация о ключевых памятниках и истории города. Вторая категория – индивидуализированные туристы, желающие получить большую свободу в выборе маршрутов, но при этом ориентирующиеся на основные туристические достопримечательности [Cohen, 1972: 164–182].

Кроме того, даже успешные интерактивные форматы, такие как спектакль-променад «Слушай Новгород» (ил. 6), сохраняют



Ил. 6. Максимальная концентрация внимания туристов и их погружение в пространство города!
Так выглядят участники променад-спектакля «Слушай Новгород».

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/68Krx>

привязку к традиционной исторической тематике. Это свидетельствует о том, что восприятие города в массовом сознании по-прежнему сильно связано с его историческим наследием. По словам Матвея Николаева, представляющего издание «Газон Медиа», первый в Великом Новгороде иммерсивный спектакль-променад «Слушай Новгород» выглядит так:

«Группа собирается в назначенное время в условленном месте и под руководством гида стартует по маршруту в наушниках, где рассказчик с помощью музыкального и прочего антуража, воспроизводящего эпоху, погружает гуляющих в историю и дух города. Музыка – что-то типа пост-рока вперемешку со средневековыми мелодиями. Антураж – уличные разговоры купцов, ратников и других «древних» людей, прорывающихся сквозь века. Создатель проекта отчетливо произносит, что это – не экскурсия, а скорее, спектакль» [Николаев, 2022].

Итак, в рамках классических экскурсионных практик показа гостям города турист традиционно выступает в роли пассивного наблюдателя: он либо стоит у памятника, или же сидит в автобусе и слушает указания экскурсовода: «посмотрите направо», «посмотрите налево». При всей познавательности таких рассказов подобные роли слушателя и зрителя не могут не утомлять пассивностью, да и однообразием. Следовательно, сложившийся в туристическом сообществе образ Великого Новгорода настоятельно требует переосмысления, прежде всего с учетом особенностей и динамики современного спроса.

Больше зрелищ – больше ролей: пассивный слушатель – зритель фестиваля – участник событий

Указанные выше запросы современного туриста приводят к тому, что в репертуаре туристических событий все чаще появляются фестивальные жанры.

Исторические фестивали и реконструкции, такие как «Ганзейские дни» и «Князя Братчина», помогают воссоздать атмосферу средневекового Новгорода через костюмы, ремесла и традиционные обряды (ил. 7).



Ил. 7. Зрелищные шествия – неперенное и увлекательное действо в период проведения Ганзейских дней в Великом Новгороде.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/1Ba5z>

Международный фестиваль «Ганзейские дни», как можно узнать на официальном сайте Администрации Великого Новгорода, впервые был проведен в 2009 году и запомнился целым рядом зрелищных моментов. Его программа включала массовые шествия по улицам

города в национальных костюмах, концерты (более 500 номеров), фестиваль брейк-данса, ярмарки [Великий Новгород и Ганзейский союз Нового времени, 2020]. С 2011 года стали проводиться «Русские ганзейские дни» с участием представителей других российских городов, а затем и целые «Ганзейские недели».

Симптоматично, что уже при описании первых фестивалей в их программах присутствовал термин «интерактивность», предполагающий наличие интерактивных площадок, мастер-классов... В освещении Ганзейской недели 2017 года интерактивность вообще занимала особое место: с пятницы по воскресенье был организован праздник

«"Большое ганзейское путешествие" на Ярославовом дворце, где жители и гости города могут совершить путешествие в средневековье, стать участниками костюмированного представления, ярмарки с угощением, мастер-классов, интерактивных игр и конкурсов» [В Великом Новгороде стартует Ганзейская неделя, без даты] (ил. 8).



Ил. 8. Увлекательные интерактивные игры – неременный и очень впечатляющий атрибут Ганзейской недели (2017 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/XWnzE>

К сожалению, после 2020 года ганзейские фестивали больше не проводились, так что говорить о развитии этого тренда невозможно. Однако тот факт, что они много лет достаточно успешно проходили, является весьма показательным. Важно отметить, что городская среда Великого Новгорода до сих пор сохраняет важные визуальные знаки тех времен – Ганзейский знак и фонтан (ил. 9, 10).



Ил. 9. «Ганзейский знак», изготовленный в архитектурной мастерской «Три», установленный на Ярославовом дворце, представляет собой два средневековых корабля – новгородскую ладью и ганзейскую коггу; вместо парусов на них изображены деревья с соединившимися кронами, что символизирует связь Новгорода и Ганзейского союза.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/78xew>

Аргументы в пользу значимости этого фестиваля для Великого Новгорода и вообще российского туризма приводятся в многочисленных медийных публикациях (см., например, [Ларина, 2020]). В них, в частности, подчеркивается международный характер этого фестиваля и его соответствие мировым стандартам туризма и тревел-инфраструктуры.



Ил. 10. Ганзейский фонтан на Ярославовом дворце вносит современную визуальную ноту в восприятие места, где традиционно собиралось новгородское вече.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://golnk.ru/BMBrV>

В противоположность этому можно назвать фестиваль «Князя Братчина» – это как раз и есть собственно новгородский, как теперь принято говорить, туристический «продукт». Согласно информации, имеющейся на странице этого мероприятия в его группе ВК, это «фестиваль средневековой музыки, ратного мастерства и ремесел» [Князя Братчина, без даты]. Его история начинается в 2010 году, а главные действующие силы – клубы исторической реконструкции, фольклорные группы и другие объединения энтузиастов, активно интересующихся разными аспектами раннего Средневековья [Золотарева, 2023] (ил. 11, 12).

Уникальная интерактивность формируется и на оригинальных мастер-классах, где зрители пытаются своими руками сделать вещь, типичную для Средневековья, и в старинных забавах, в которые оказываются вовлеченными зрители (ил. 13).



Ил. 11. Так выглядела афиша фестиваля «Княжья Братчина» в 2019 году.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://m.novgorod.ru/afisha/event/10283.html>



Ил. 12. Особая зрелищность фестиваля «Княжья Братчина» создается и оттачивается именно на ристалищах! Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://visitnovgorod.ru/library/images/tours/Knyazhya-Bratchina/Bratchina14.jpg>



Ил. 13. Интерактивно – это значит своими руками, как и подобает настоящим средневековым мастерам (@Батрак О. С.). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: https://vk.com/knazjabratchina?z=photo-120849579_457251704%2Fwall-120849579_4070

В итоге в рамках указанных фестивалей с их уникальной зрелищностью начинается постепенное преодоление стереотипа Великого Новгорода как «города экспонатов» (ил. 14). Начинается и долгожданное переосмысление роли туриста, впоследствии трансформирующее его из пассивного наблюдателя в деятельного соучастника, дополняя традиционные исторические знания уникальными, неповторимыми и живыми впечатлениями. Интеграция интерактивных форматов создает более целостный и гармоничный образ города, в котором древность и современность взаимно обогащают друг друга, отвечая запросам всех типов путешественников – от «исследователей» до «дрифтеров».

Может создаться ощущение, что интерактивность всегда сопровождает зрелищность, что возможно только в формате масштабных фестивалей, которые, увы, происходят далеко не



Ил. 14. Еще одна грань туристической интерактивности: взявшись за руки, вперед, к новым впечатлениям! (@Батрак О. С.). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: https://vk.com/photo-120849579_457251831

ежегодно. Однако, к счастью, это не так! Например, подобная не праздничная интерактивность последовательно культивируется в частном музее «Новгородская печатня», специализирующемся на истории печатного дела и традициях русского лубка (Новгородская печатня, без даты]. Музей, основанный в 1992 году в Великом Новгороде художником Николаем Локотьковым и искусствоведом Еленой Жировой, располагается на территории исторического комплекса Ярославова дворища и древнего Торга (ил. 15).

Основу этой экспозиции составляют аутентичные печатные станки, инструменты для создания гравюр, наборные литеры и коллекция лубочных картин. Пространство музея организовано как реконструкция традиционной печатной мастерской, что

позволяет на практике воссоздать технологический процесс изготовления печатной продукции практически в реальных исторических условиях.



Ил. 15. Так выглядит «Новгородская печатня» до начала интерактивных действий посетителей.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://visitnovgorod.ru/library/images/kulturnaya-zhizn/Pechatnya/gallery-3.jpg>

Особенность этого музея – его исходная интерактивная направленность. Посетителям предоставляется возможность освоить различные техники печатной графики – от линогравюры до офорта – в рамках специально разработанных мастер-классов. Тогда как образовательная программа «Эстамп – это здорово!», реализуемая при поддержке президентского гранта, и вовсе предусматривает организацию профильных кружков в художественных школах Северо-Западного региона. Музейная концепция органично сочетает стратегию сохранения традиционных технологий с разработкой инновационных методов их популяризации. Среди современных форм работы этого учреждения – создание экслибрисов, авторских почтовых открыток и других видов печатной продукции, адаптированных к актуальным

запросам аудитории. Такие практики разрушают стереотип о застывшем в прошлом «городе-музее», позволяя туристу ощутить непосредственную и личную связь между вековыми навыками и современным, в буквальном смысле слова, личным творчеством (ил. 16).



Ил. 16. Юные печатники создают своими руками свои творения, практически постигая грани истории печатного дела в Великом Новгороде. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: https://vk.com/print_storona?z=photo115140756_457243084%2Fwall115140756_2806

О том, что посетители получают здесь необычайно сильные впечатления, говорят их отзывы, в которых это место оценивается как «чудесное», «волшебное», «прекрасное»:

«Были на мастер-классе по изготовлению открытки всей семьей из 6 человек. Совершенно волшебное место!»

«Чудесное место! Исторический подвальныйчик с творческой атмосферой. Были на мастер-классе по линогравюре, все сделали сами – от эскиза до оттиска на открытке – под руководством двух дам-ведущих».

«Замечательное место. Ходили туда на мастер-класс по производству открытки. Прошли весь процесс сами от изготовления эскиза, трафарета и до самой печати на старинном типографском станке».

«Если бы было можно, поставила бы 10 звезд»). Это очень очень очень интересно! Такой мастер-класс запомнится надолго, это волшебно! Мы делали открытки, а можно кое-что и посложнее. Замечательный рассказ о гравюрах и потом твоя попытка сделать это своими руками от начала до конца. Это чудо!» [Дзинь, без даты].

Близки к этим пользовательским оценкам и журналистские комментарии, как убеждает своих читателей статья в новгородской областной газете, где, в частности, говорится:

«Если вы посмотрите на лица детей, получивших свой первый оттиск, то увидите восторг и изумление. Впрочем, эти эмоции испытывают не только дети, но и взрослые, впервые поработавшие у печатного станка» [Клапатнюк, 2017].

«Вкушая» местность, или коротко о гастрономических путешествиях в историю древнего города

Рассчитаны на особые впечатления – вкусовые и на отдельный тип интерактивности – туристические инициативы. Примером может послужить гастропроjekt Zavod – бар, который органично совмещает в интерьере и меню элементы индустриального наследия и аутентичные мотивы традиционной новгородской кухни (ил. 17).

Заслуживает внимания то, как это заведение представляет себя в своей группе ВК. Это

«интеллектуальный бар с культурологическим аспектом, отраженным в атмосфере стиля и кухни заведения. Возрождение незаслуженно забытой культуры русских настоек, простоты и рациональности

традиционного кулинарного обрамления – основополагающие направления нового заведения. Подобно живому организму, легко видоизменяющаяся согласно сезону, концепция Zavod-бара подразумевает лаконичное, но яркое и понятное наполнение меню, где апогеем вкусового совершенства являются аппетитные кушанья из русской печи» [Zavod-бар, без даты].



Ил. 17. Так Zavod-бар оригинально подает свое меню, в данном случае – грибной суп, каждый раз специально подчеркивая свою «интеллектуальность и аутентичность».

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://vk.com/zavod53>

Созданное в 1897 г. купцом Корсаковым как «Казенный винный склад», в 1992 г. при акционировании получившее современное наименование «Алкон» (подробнее об исторических наименованиях завода можно узнать здесь [Шмелева, 2020: 170]), предприятие позиционирует себя одновременно и как хранитель новгородских традиций, и как заведение высоких стандартов,

характерных для современных гастрономических и культурных практик, о чем можно в подробностях прочитать на официальном сайте [Новгородский ликеро-водочный завод, без даты].

Показательно, что подобный формат не только способствует сохранению и популяризации индустриально-культурного кода Новгорода, но и создает для гостей ситуацию «погружения» в локальную историю через вкусовые и визуальные образы. Особое внимание заслуживает сотрудничество Zavod с известным новгородским производителем алкогольной продукции – заводом «Алкон». В баре можно познакомиться с фирменными настойками «Спотыкач» и «Чародейка», изготавливаемыми по традиционным рецептам на основе натуральных ягод и трав, что качественно усиливает локальную идентичность и поддерживает уникальное культурное наследие региона.

Подобная социализация продуктов является наглядным примером деятельного и целенаправленного формирования «социокультурного пространства» бренда, в котором значимые региональные символы становятся неотъемлемой частью повседневного опыта, качественно способствуя повышению туристической привлекательности места, его последующей узнаваемости, а также установлению и дальнейшему упрочению эмоциональной связи с этой территорией. Заслуживает одобрения и тот факт, что рецептуры указанных напитков напрямую восходят ко многовековым практикам настойки и перегонки на основе природных ингредиентов – ягод, трав, корней и специй, которые издревле использовались местным населением для

создания крепких и ароматных напитков с лечебными и обрядовыми функциями.

Настойки представляют собой не только продукт алкогольного производства, но и важный компонент традиционного культурного наследия Великого Новгорода. Через подобные напитки проявляется связь с локальными традициями, отражаются особенности древнейших исторических промыслов и гастрономических практик Новгородского региона. Они служат своеобразным мостом между прошлым и настоящим, позволяя современным потребителям лично ощутить аутентичность и вековую глубину регионального наследия.

В этой связи хотелось бы отметить, что такие принципы разделяют и другие новгородские заведения питания, например ресторан «Маруся», расположенный в историческом центре Великого Новгорода [Маруся, без даты], а также кафе-ресторан русской кухни «Сытый гусь», открытый на территории музея «Витославлицы» [«Сытый Гусь», без даты].

В контексте настоящей работы важно подчеркнуть, что такие проекты оказываются возможными в рамках тенденции, благодаря которой в последнее время сформировалось особое направление туризма – гастрономический туризм, который широко представлен в туристической индустрии разных регионов. Особенно отраднo, что подобное направление развития отрасли непрерывно находится как в центре внимания самых различных СМИ, так и является объектом постоянной научной рефлексии отечественных специалистов. Об этом говорит хотя бы тот факт, что в электронной

библиотеке РИНЦ зафиксировано более 1300 публикаций, в названии которых в той или иной форме фигурирует термин «гастрономический туризм», и еще более 100, содержащих термин «гастротуризм».

Не ставя перед собой задачи проанализировать этот массив текстов, тем не менее обратим внимание на то, что среди ключевых слов в них неизменно оказываются следующие, напрямую связанные со вкусом: «вкус», «слияние вкусов и культур», «вкус Арктики», «путешествие по вкусам». Это можно интерпретировать и как реабилитацию вкуса – крайне значимого канала восприятия современного туриста, тогда как прежние сценарии развития этой отрасли преимущественно обращались лишь к слуху и зрению гостей. Отрадно, что вкус как источник эмоциональных впечатлений туриста задействуется сегодня все более интенсивно, не отменяя, впрочем, и других, уже хорошо испытанных, традиционных каналов восприятия.

Обращаясь к понятию «роль», с помощью которого интерпретируется опыт современного туриста, можно сказать, что гастрономический момент современных путешествий включает в его амплуа наряду с ролями слушателя и зрителя роли (для обозначения которой можно использовать пока еще несуществующее слово) «вкусителя» как человека, воспринимающего город или какую-то иную местность через вкусы местной кухни или авторских кулинарных концепций. Разумеется, эта роль не исключает и другие роли, зато существенно дополняет палитру впечатлений туриста.

Некоторые итоги: прошлое, показанное максимально современно

Итак, приведенные авторами статьи факты, их осмысление и оценки с различных позиций – исследовательских, официальных, пользовательских – позволяют прийти к заключению, что прошлое Великого Новгорода показывается туристу также и современно – с использованием средств медиасферы и современных технологий, зрелищно и интерактивно.

Важным аспектом развития культурного бренда Великого Новгорода является диверсификация каналов коммуникации и взаимодействия с целевой аудиторией, что отражает современные тенденции в управлении туристическими потоками и в целенаправленном формировании аутентичных культурных впечатлений. Так, цифровое приложение «Русь Новгородская», созданное в рамках муниципальной программы развития туризма, выступает наглядным позитивным примером интеграции информационно-коммуникационных технологий в туристическую инфраструктуру региона. Оно предоставляет пользователям инструменты для самостоятельного планирования маршрутов, обеспечивает доступ к подробной информации о памятниках истории и культуры, а также дает сведения о локальных гастрономических объектах и культурных мероприятиях.

Такое решение способствует качественному расширению традиционных форм туристского опыта за счет создания мультиканального пространства восприятия, объединяющего визуальные, информационные и интерактивные элементы. Подобный подход соответствует современному пониманию

туризма как сложного культурного феномена, включающего не только традиционное, формально-ознакомительное, «визуально-слуховое» посещение достопримечательностей. Но и ментально-деятельное погружение в локальные пространства, взаимодействие с локальными сообществами и получение уникальных, неповторимых, персонализированных впечатлений. В контексте регионального развития именно цифровизация в значительной мере способствует повышению конкурентоспособности территории, облегчая доступ к культурным ресурсам и формируя неповторимый диалог между туристами и местным сообществом.

Подводя итог авторских рассуждений, следует сказать, что обозначенная в названии статьи альтернатива «знание или впечатление» – не более чем риторический прием, намеренно заостряющий существующую исследовательскую проблему. На самом деле речь идет о качественном расширении амплуа современного туриста и о поисках новых форм его включения в культурный контекст древнего города во всем богатстве его составляющих.

Синтез традиций и инноваций в Великом Новгороде «работает» на запросы всех типов туристов – от «организованных массовых», ценящих структурированные экскурсии, до «дрифтеров», ищущих неповторимый и аутентичный опыт. Ключевая роль туриста здесь – не просто пассивно потреблять, но и соучаствовать в создании многомерного образа города, где историческое наследие оживает и становится неотъемлемой частью современного культурного диалога.

Анализ существующих практик туризма в Великом Новгороде подтверждает, что успешное развитие культурного бренда требует не только сохранения и непрерывной актуализации исторических и культурных традиций, но и их интеграции в современные инновационные формы сервиса и коммуникации. Это позволит нашему городу эффективно конкурировать на рынке туристических и культурных услуг в условиях глобализации и массового туризма, формируя при этом глубокое и многослойное восприятие своей уникальной истории и современного облика.

Великий Новгород известен как уникальный историко-культурный центр, и туристы часто воспринимают его только через призму архитектурного и исторического наследия. Несомненно, все это создает устойчивый, но ограниченный образ города. В то же время современным туристам важно не просто получать информацию о прошлом, но и быть активными участниками культурного процесса. Они хотят соприкоснуться не только с историей, но и с современными культурными практиками, которые делают город гораздо более живым и актуальным. Поэтому подход к туризму в Великом Новгороде должен быть все более гибким и многомерным. Интеграция новых форм и форматов, таких как ремесленные мастерские, театральные постановки и гастрономические программы, не только обогащает впечатления туристов, но и способствует более глубокому осмыслению ими культурного наследия как непрерывного процесса, тесно и многоуровнево увязывающего историю с современностью.

Подобная трансформация туристического восприятия открывает новые возможности для устойчивого развития региона,

стимулируя интерес к городу и создавая пространство для взаимодействия культуры, истории и современности. В итоге формируется более целостный, насыщенный и живой образ Великого Новгорода, который отвечает запросам разнообразной аудитории и отражает его многогранную сущность.

Особое внимание необходимо обратить на фактор медиа в организации туризма. Ведь сегодняшний турист благодаря возможностям современных медиа имеет возможность заранее узнавать об интересующих его сторонах истории и культуры Великого Новгорода, с одной стороны, и оставлять свои отзывы о полученных впечатлениях, с другой. Поэтому практически все туристические институции и события, как было показано в нашей статье, располагают собственным сайтом, группой ВК, Телеграм-каналом, не говоря о медиаресурсах турфирм, на которых сконцентрирована масса значимой информации. Именно в развитии и неуклонном совершенствовании инфраструктуры медиасопровождения туризма видится нам важнейшая перспектива его развития в Новгородском регионе.

Литература

- «Сытый Гусь»: кафе-ресторан русской кухни: группа ВК. *ВКонтакте: социальная сеть*. URL: https://vk.com/goose_vn (дата обращения: 15.10.2025).
- Агеева, Е. Ю. (2007). Классификация культурно-временных пространств существования города. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки*, 2(7), 117–120.
- В Великом Новгороде стартует Ганзейская неделя. *Новгородские ведомости: информационный портал*. URL: <https://novvedomosti.ru/news/unclassified/20616/> (дата обращения: 15.10.2025).
- Великий Новгород и Ганзейский союз Нового времени (2020). *Администрация Великого Новгорода: официальный сайт*. URL: <https://adm.nov.ru/page/100> (дата обращения: 15.10.2025).

- Дзинь (2023, 18 августа). Знаток города 10 уровня: пользовательский профиль. *Яндекс Карты: сайт* URL: https://yandex.ru/maps/org/85019599688/reviews?reviews%5BpublicId%5D=hx4ppa4dfqv39cz8ttacyymm9z0&si=mk59261t9d6bw78u06g3crfnp4&utm_source=review (дата обращения: 15.10.2025).
- Золотарева, Е. (2023, 9 августа). На реконструкторском фестивале «Княжья братчина» новгородцы перенеслись в эпоху викингов. *Новгород: сайт интернет-газеты*. URL: <https://gazetanovgorod.ru/tradiczii/narekonstruktorskom-festivale-knyazhya-bratchina-novgorodczy-pereneslis-v-epohu-vikingov.html> (дата обращения: 15.10.2025).
- Королева, А. А., Смольская, Е. П., Давыдкин, В. С., & Новикова, Л. Д. (2024). Образы культурного наследия в туристическом бренде Испании. *Ибероамериканские тетради*, 12(2), 126–152. <https://doi.org/10.46272/2409-3416-2024-12-2-126-152>
- Клапатнюк, М. (2018, 5 декабря). На языке искусства. Новгородская печатня учит сохранять национальные традиции. *Новгородские ведомости: сайт газеты*. URL: <https://novvedomosti.ru/articles/reporter/50423/> (дата обращения: 15.10.2025).
- Княжья Братчина: фестиваль средневековой музыки, ратного мастерства и ремесел: группа ВК. *ВКонтакте: социальная сеть*. URL: <https://vk.com/knazjabratchina> (дата обращения: 15.10.2025).
- Ларина, О. (2020, 4 октября). Маршрут перестроен: что мешает туризму по "ганзейским дорогам" России. *Деловой Петербург: сайт*. https://www.dp.ru/a/2020/10/02/Marshrut_perestroen_chno_m (дата обращения: 15.10.2025).
- Маруся: сайт ресторана*. URL: <https://marusya.rest/> (дата обращения: 15.10.2025).
- Муравьева, М. Д., & Федотова, Н. Г. (2017). Образ Великого Новгорода в федеральных медиа. *Международный студенческий научный вестник*, 4 (5), 630–633.
- Николаев, М. (2022, 2 февраля). Город говорит: кто и зачем создает в Великом Новгороде иммерсивные спектакли-променады. *Gazon.media: сайт*. URL: <https://gazon.media/gorod/delo/gorod-govorit-kto-i-zachem-sozdayot-v-velikom-novg/> (дата обращения: 15.10.2025).
- Новгородская печатня: группа ВК. *ВКонтакте: социальная сеть* URL: https://vk.com/print_storona (дата обращения: 15.10.2025).
- Новгородский ликеро-водочный завод: сайт*. URL: <https://novgorodsky.com/about/> (дата обращения: 15.10.2025).
- Статистический ежегодник Новгородской области (2025). 2025: статистический сборник*. Великий Новгород: Новгородстат. URL: https://53.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%95%D0%B6%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA_2025.pdf (дата обращения: 15.10.2025).
- Тарабардина, О. А. (2015). Ярославово дворище в свете данных дендрохронологических исследований. *Новгородский исторический сборник: сборник научных трактатов. Вып. 15 (25) (с. 33–44)*. Великий

- Новгород: Новгородский государственный институт им. Ярослава Мудрого.
- Терешкина, Д. Б. (2024). Видоизменение путеводителей по Великому Новгороду XIX–XXI веков как пример трансформации коммуникации человека с городом. *Вопросы медиабизнеса*, 3(4), 46–53.
- Ткаченко, В. В. (2019). Великий Новгород и его история глазами путешественников XVIII в. *Исторический журнал: научные исследования*, 2, 94–104. <https://doi.org/10.7256/2454-0609.2019.2.29315>
- Федотова, Н. Г., & Васильева, Н. Ю. (2017). Символический капитал Великого Новгорода в дискурсе социальных медиа. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 2(24), 119–127.
- Шмелева, Т. В. (2020). *Великий Новгород: ономастический портрет: монография*. Великий Новгород: Печатный Двор.
- Янин, В. Л. (2003). *Новгородские посадники: монография*. Москва: Языки славянской культуры.
- Янин, В. Л., & Гайдуков, П. Г. (1996). Актовые печати древней Руси. *Вестник Российского гуманитарного научного фонда*, 1, 66–72.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social research: an International quarterly*, 39 (1), 164–182.
- Zavod-bar: группа ВК. ВКонтакте: социальная сеть. URL: <https://vk.com/zavod53> (дата обращения: 15.10.2025).

References

- "The Well-Fed Goose": a cafe-restaurant of Russian cuisine: VK group (n.d.). URL: https://vk.com/goose_vn (accessed on 15.10.2025). (In Russian).
- Ageeva, E. Yu. (2007). Classification of Cultural and Temporal Spaces of the City's Existence. *Bulletin of Nizhny Novgorod University named after N. I. Lobachevsky. Series: Social Sciences*, 2, 117–120. (In Russian).
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social research*, 39 (1), 164–182.
- Fedotova, N. G., & Vasilyeva, N. Yu. (2017). The Symbolic Capital of Veliky Novgorod in the Discourse of Social Media. *Znak: The Problematic Field of Media Education*, 2(24), 119–127. (In Russian).
- Jin. Level 10 City Expert: Custom Profile (n.d.). URL: https://yandex.ru/maps/org/85019599688/reviews?reviews%5BpublicId%5D=hx4ppa4dfqv39cz8ttacymm9z0&si=mk59261t9d6bw78u06g3crfnp4&utm_source=review (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Koroleva, A. A., Smolskaya, E. P., Davydkin, V. S., & Novikova, L. D. (2024). Images of Cultural Heritage in Spain's Tourist Brand. *Ibero-American Notebooks*, 2, 126–152. <https://doi.org/10.46272/2409-3416-2024-12-2-126-152> (In Russian).
- Klapatnyuk, M. (2018, December 5). In the language of art. The Novgorod printing house teaches us to preserve national traditions. *Novgorodskie Vedomosti: newspaper website*. URL: <https://nowvedomosti.ru/articles/reporter/50423/> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).

- Knyazhbatchina: Festival of Medieval Music, Military Skills, and Crafts: website* (n.d.). URL: <https://vk.com/knazjabratchina> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Larina, O. (2020, October 4). The route has been redesigned: What hinders tourism along Russia's "Hanseatic Roads"? *Business Petersburg: website*. https://www.dp.ru/a/2020/10/02/Marshrut_perestroen_chno_m (accessed on 15.10.2025). (In Russian).
- Marusya: Restaurant website* (n.d.). URL: <https://marusya.rest/> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Muravyeva, M. D., & Fedotova, N. G. (2017). The Image of Veliky Novgorod in Federal Media. *International Student Scientific Bulletin*, 4-5, 630–633. (In Russian).
- Nikolaev, M. (2022, February 2). The City Speaks: who and why creates immersive promenade performances in Veliky Novgorod. *Gazon.media: website*. URL: <https://gazon.media/gorod/delo/gorod-govorit-kto-i-zachem-sozdayot-v-velikom-novg/> (accessed on 15.10.2025). (In Russian).
- Novgorod Distillery: website* (n.d.). URL: <https://novgorodsky.com/about/> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Novgorodskaya pechatnya: VK group* (n.d.). URL: https://vk.com/print_storona (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Shmeleva, T. V. (2020). *Veliky Novgorod: Onomastic Portrait: Monograph*. Veliky Novgorod: Pechatny Dvor. (In Russian).
- Statistical Yearbook of the Novgorod Region. 2025: statistical compilation* (2025). Veliky Novgorod: Novgorodstat Publ. URL: https://53.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%95%D0%B6%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA_2025.pdf (accessed on 15.10.2025). (In Russian).
- Tarabardina, O. A. (2015). Yaroslavovo Dvorishche in the light of dendrochronological research data. *Novgorod Historical Collection*, 15(25), 33–44. (In Russian).
- Tereshkina, D. B. (2024). The Evolution of Travel Guides to Veliky Novgorod in the 19th and 21st Centuries as an Example of the Transformation of Human Communication with the City. *Voprosy Mediabiznesa*, 3(4), 46–53. (In Russian).
- The Hanseatic Week starts in Veliky Novgorod (n.d.). *Novgorod Vedomosti: information portal*. URL: <https://novvedomosti.ru/news/unclassified/20616/> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Tkachenko, V. V. (2019). Veliky Novgorod and Its History through the Eyes of 18th-Century Travelers. *Istoricheskiy Zhurnal: Nauchnye Issledovaniya*, 2, 94–104. <https://doi.org/10.7256/2454-0609.2019.2.29315> (In Russian).
- Veliky Novgorod and the Hanseatic League of Modern Times (2020). *Administration of Veliky Novgorod: official website*. URL: <https://adm.nov.ru/page/100> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).
- Yanin, V. L. (2003). *Novgorod Posadniks*. Moscow: Languages of Slavic Culture Publ. (In Russian).
- Yanin, V. L., & Gaidukov, P. G. (1996). Actuaries of Ancient Rus. *Bulletin of the Russian Humanitarian Scientific Foundation*, 1, 66–72. (In Russian).
- Zavod-bar: VK group* (n.d.). URL: <https://vk.com/zavod53> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).

Zolotareva, E. (2023, August 9). At the Knyazhnaya Bratchina reenactment festival, Novgorodians were transported back to the Viking era. *Novgorod: newspaper website*. URL: <https://gazetanovgorod.ru/tradiczii/narekonstruktorskomp-festivale-knyazhya-bratchina-novgorodczy-pereneslis-v-epohu-vikingov.html> (accessed: 15.10.2025). (In Russian).

Поступила в редакцию / Received 16.09.2025

Поступала после рецензирования / Revised 29.10.2025

Принята к публикации / Accepted 02.03.2026

Об авторах / About the authors

Александров Даниил Дмитриевич – аспирант. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (Россия, 173003, Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41).

ORCID: 0009-0004-1422-8716, dalieksandrov6@gmail.com

Шмелева Татьяна Викторовна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (Россия, 173003 Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41).

ORCID: 0000-0002-3360-0518, szmiel@mail.ru

Alexandrov Daniil Dmitrievich – postgraduate student. Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41, B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia).

ORCID: 0009-0004-1422-8716, dalieksandrov6@gmail.com ORCID: 0000-0001-6883-2047; savcuk.valeri@gmail.com

Shmeleva Tatyana Viktorovna – Doctor of Philological Sciences, Full Professor, Professor of the Department of Journalism. Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41, B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia).

ORCID: 0000-0002-3360-0518, szmiel@mail.ru

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

Вклад авторов

Александров Д.Д.: концептуализация, проведение исследования, создание черновика рукописи, формальный анализ, администрирование данных.

Шмелева Т.В.: концептуализация, методология, проведение исследования, создание черновика рукописи, создание рукописи и ее редактирование, администрирование данных, визуализация, руководство исследованием.

Authors' contribution

Alexandrov D.D.: conceptualization, investigation, writing – original draft, formal analysis, data curation.

Shmeleva T.V.: conceptualization, methodology, investigation, writing – original draft, writing – review & editing, data curation, visualization, supervision.

