

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

Кафедра туризма и культурного наследия

**ЛЕГЕНДЫ О РАЗБОЙНИКАХ И КЛАДАХ В ТУРИСТСКОМ  
ПРОСТРАНСТВЕ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**  
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 421 группы

направления 43.03.02 – Туризм

Института истории и международных отношений  
наименование факультета, института

Трегубовой Софии Витальевны  
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

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

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

О. В. Королева  
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

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

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Т. В. Черевичко  
инициалы, фамилия

Саратов 2022

**Введение.** Туристские легенды считаются важным нематериальным ресурсом, который притягивает туристов даже в те города, где «нечего посмотреть». Такие легенды являются обязательной составляющей туристского брендинга территорий, привлекая туристов и формируя положительный туристский образ отдельных регионов, городов.

*Проблемой данного исследования* является динамичное развитие туристского легендирования в регионах и почему существует большой спрос на турпродукты, которые созданы на основе легенд.

На современном этапе развития общества туризм становится одной из наиболее прибыльных отраслей экономики, позволяя получать доход при наименьших затратах (по сравнению с другими отраслями). В свою очередь растет количество туров, связанных с легендами, и ужесточается конкурентная борьба между ними.

Одним из ведущих туристских мотивов, в итоге содействующих принятию туристского решения, является некий образ либо система образов, помноженных на комплекс смысловых конструкций, которые потенциальный турист, независимо от уровня образования, возраста, социального статуса, приобрел в ходе контактов с информационной средой (из Интернета, книг и т.д.).

В итоге у туриста формируется некоторое представление о территории (месте, центре) предстоящего посещения, которое при этом с реалиями географического пространства, историко-культурными и природными ресурсами туризма этой территории может не иметь ничего общего.

Сегодня мотивация туриста к путешествию находится в зависимости не столько от числа и качества отелей, сервиса и достопримечательностей на посещаемой территории, сколько от удовлетворительного соотношения первичных образно-мифологических систем индивидуума с набором мифов,

легенд и фактов, которые он получил и усвоил в качестве важной для себя информации.

*Актуальность проблемы* заключается в том, что многие регионы, включая Саратовскую область, в настоящее время обладают большим природным, историческим и культурным потенциалом, наличием легенд, которые могут стать объектом туристического интереса. Этот факт признается многими специалистами туристического бизнеса регионов Российской Федерации. Развитие туристского легендирования в регионах является одной из главных задач.

*Данная выпускная квалификационная работа посвящена* изучению и анализу легенд о разбойниках и кладах как особому ресурсу в туристском пространстве России, применения их в туристической индустрии; рассмотрению туристского легендирования как метода использования символических средств и ресурсов в развитии гуманитарного потенциала территории.

Туристское легендирование как прикладное направление имеет возможность стать действенным маркетинговым механизмом, в результате использования которого можно, применяя различные символические ресурсы и способы, сделать гуманитарные и социальные перспективы развития территории, согласованные и обнаруженные на базе анализа образно-мифологических систем населения данных регионов.

Мифы, легенды и сказки сегодня, как и во времена становления индустрии путешествий, остаются чрезвычайно важной основой для зарождения туристической мотивации к совершению поездок. При этом туристская легенда, взятая «на вооружение», часто может превосходить по своей значимости реальную туристическую привлекательность территории.

Легенда, по сущности, считается отдельным, но и немало важным, туристским ресурсом, пусть неосязаемым, но не менее значимым, чем природный или культурный объект, который непосредственно может применяться в туризме.

Основным русскоязычным источником теоретической информации являются труды Афанасьева О.Е., Афанасьевой А.В.<sup>1</sup>, которые в своих работах рассматривают такие понятия как сторителлинг туристской дестинаций, туристское легендирование, мифологическое пространство. Большой вклад в изучение туристского легендирования вносят Ширинкин П.С.<sup>2</sup> и Терехина Ю.В.<sup>3</sup>. В своих работах они подробно рассматривают туристское легендирование. Одним из основных источников информации о городских историях и легендах города Саратова являются работы В. Н. Семёнова<sup>4</sup> и Н. Н. Семёнова<sup>5</sup>. Также при написании бакалаврской работы были использованы различные электронные Интернет-источники, в том числе туристические порталы и официальные сайты новостных изданий.

Данные работы помогли мне более подробно рассмотреть понятие туристского опыта как базовой потребности туриста, туристских легенд и технологий легендирования, их места в формировании положительного туристского впечатления как одной из задач экономики впечатлений в туристской индустрии.

*Новизна данной бакалаврской работы* заключается в комплексном изучении феномена туристского легендирования и выявления потенциально

---

<sup>1</sup> Афанасьев, О.Е., Афанасьева, А.В. Туристские легенды как составляющая экономики впечатлений и процесса формирования опыта путешествий // Современные проблемы сервиса и туризма [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-legendy-kak-sostavlyayuschaya-ekonomiki-vpechatleniy-i-protsessa-formirovaniya-opyta-puteshestviy/viewer> (дата обращения 6.06.2021). - Загл. с экрана. – Яз. рус.

<sup>2</sup> Ширинкин, П.С. К вопросу об использовании символических средств и ресурсов в развитии гуманитарного потенциала территории [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-ispolzovanii-simvolicheskikh-sredstv-i-resursov-v-razviti-gumanitarnogo-potentsiala-territorii/viewer> (дата обращения 6.06.2021). - Загл. с экрана. – Яз. рус.

<sup>3</sup> Терехина, Ю.В. Туристское легендирование. – Казань: «Перо», 2020. – С. 9.

<sup>4</sup> Семёнов, В. Н., Семёнов, Н. Н. Саратов мещанский. – Саратов: ОАО «Приволжск. кн. изд-во», 2004. – 240 с.

<sup>5</sup> Семёнов, В. Н., Семёнов, Н. Н. Саратов дворянский. – Саратов: ОАО «Приволжск. кн. изд-во», 2004. – 296 с.

возможных способов использования данной маркетинговой технологии для конкретной территории – города Саратова и Саратовской области в целом.

*Цель данной бакалаврской работы* состоит в том, чтобы изучить туристское легендирование как перспективную технологию продвижения туристских дестинаций в целом и Саратова в частности.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты туристского легендирования;
- выделить классификации туристских легенд и их особенности;
- выявить роль и значение туристского легендирования в туристской деятельности;
- проанализировать практики вовлечения «разбойничьих» легенд в туристскую практику российских регионов;
- проанализировать спрос и предложение на туры и экскурсии на основе «разбойничьих» легенд;
- проследить и изучить легенды и клады разбойников в фольклоре Саратовской области, выявить их географию;
- предложить практическую разработку, которая будет способствовать формированию привлекательного туристского легендарного образа.

*Практическая значимость бакалаврской работы* заключается в разработке уникального туристского продукта по Саратовской области, связанного с разбойничьей деятельностью, который откроет потенциальным туристам целый мир легенд и кладов.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, семи параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений.

**Основное содержание работы.** В первой главе рассматриваются теоретические аспекты туристского легендирования территорий.

В первом параграфе главы рассматриваются туристские легенды, их классификации и отличительные особенности. На сегодняшний день актуальной тенденцией является переход отрасли на принципы «экономики впечатлений». Это когда объектом продажи и потребления выступает не продукт или услуга, а туристское впечатление. Важным условием здесь является вовлеченность туриста в процесс потребления туристского продукта. В этом отношении туристские легенды выступают важным инструментом<sup>6</sup>. Они являются значимым механизмом создания положительных туристских впечатлений от путешествия.

Туристская легенда — это особый туристский ресурс, как природные или культурные объекты, используемые непосредственно в туризме. Методология сложных географических объектов, пространственных представлений (мифологий), теория имиджа и брендинга позволяют эффективно и современно влиять на социально-экономическое, культурное и политическое развитие регионов России<sup>7</sup>.

Цель туристской легенды - подготовить благоприятные условия для создания когнитивной системы образов, активно усваиваемых современными туристами для решения региональных управленческих и административных задач, связанных с развитием туризма на данной территории.

Во втором параграфе первой главы рассматривается туристское легендирование как технология формирования концептуального туристского пространства.

Стратегия развития концептуального туристского пространства основывается на формировании туристского впечатления на основе сочетания

---

<sup>6</sup> Ширинкин, П.С. К вопросу об использовании символических средств и ресурсов в развитии гуманитарного потенциала территории [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-ispolzovanii-simvolicheskikh-sredstv-i-resursov-v-razviti-gumanitarnogo-potentsiala-territorii/viewer> (дата обращения 6.06.2021). - Загл. с экрана. – Яз. рус.

<sup>7</sup> Джанджугазова, Е.А. Туристско-рекреационное проектирование. - М.: «Академия», 2014. - С.151.

традиционной туристской инфраструктуры и нематериальной компоненты – туристской легенды и/или истории (сторителлинга).

В третьем параграфе главы рассматриваются требования к легендам для их успешного вовлечения в туризм.

Общепринято, что туристский опыт, по определению, является субъективным и личным, нематериальным и непрерывным конструкционным процессом, происходящим в определенное время и при определенных условиях. В последнее время опыт рассматривается как способ поддержания долгосрочной конкурентоспособности дестинации.

*Во второй главе «Легенды о разбойниках и кладах в региональном туризме России»* проводится анализ легенд о разбойниках и кладах в региональном туризме России.

В первом параграфе второй главы рассматриваются практики вовлечения «разбойничьих» в туристскую практику российских регионов. Туристские легенды являются важным нематериальным ресурсом, который привлекает туристов даже в те города, где «нечего смотреть».

В качестве примера приводится: шайка атамана Свеклина, которая разбойничала в Костромской и соседних губерниях в 1840-1846 годах (экскурсия «Память предков»); ведьма и воришка Марья, которая в окрестностях города Плёс Ивановской участвовала в грабежах (экскурсия «Тайны и Легенды Марьиной Рощи») и др.

Во втором параграфе второй главы проводится анализ спроса и предложений на туры и экскурсии на основе «разбойничьих» легенд.

К сожалению, в России туризм, связанный с легендами, кладами и разбойниками развит достаточно слабо – на долю подобных программ приходится менее 1% рынка. Проанализировав состояние действующих турфирм, просмотрев их сайты можно сделать вывод, что лишь не многие турфирмы предлагают туры, в которые включены туристские легенды.

Чаще всего такие туры выбирают люди, которые устали от заграничных курортов. Они просто хотят новых впечатлений, получить заряд новых эмоций, проникнуться всей атмосферой туристских легенд<sup>8</sup>.

В качестве примера приводятся: тематическая экскурсия для школьников «Клады, разбойники и легенды Выксы» (проводится в центральном городском парке Выксы Нижегородской области, благоустроенном в рамках программы «Формирование комфортной городской среды» национального проекта «Жилье и городская среда»); театрализованная Масленичная программа с щедрым угощением на конном дворе Соловья-Разбойника, знакомство со столицей двух культур – Касимовым и экскурсия в колоритный музей Самоваров (проводится в городе Касимов, Рязанская область) и др.

На сегодняшний день в Саратовской области достаточно много турфирм, но лишь не многие занимаются «разбойническими» турами именно по Саратовской области. Это, например, такие турфирмы: «Моя Россия», «Светлица», «Азимут-тур», проект «Саратов Travel», проект «Саратовская фототропа», «Экспресс-трэвел». Все они связаны с разбойником Кудеяром.

*В рамках третьей главы «Перспективы и возможности развития туров «разбойничьей» тематики в Саратовской области» анализируется, насколько в настоящее время на территории города Саратова развиты туры с использованием туристских легенд, как они используется в туризме города и области в целом.*

В первом параграфе третьей главы рассматриваются легенды о разбойниках и кладах в фольклоре Саратовской области, их география.

Интерпретации таких рассказов как произведений устной народной словесности посвящено несколько научных работ. Особенно интересны среди

---

<sup>8</sup> Булыгина, И.И. Способы повышения эффективности использования туристско-рекреационного потенциала Саратовской области: проблемы и перспективы его использования // Социальные ориентиры современного города: здоровье, спорт, активный туризм: сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов: Сарат. Гос. Техн. Ун-т, 2007. – С. 20.

них главы монографий В. К. Соколовой, которая на основе широкого сравнительного материала дает характеристику основных разновидностей и сюжетного состава преданий и быличек о кладах<sup>9</sup>, и Н. А. Криничной, которая, кроме того, ставит вопрос об их генезисе<sup>10</sup>.

Что касается вопроса именно фольклора Саратовской области по теме кладов и разбойников, то он является одним из самых богатых. Одной из самых популярных является легенда про атамана Степана Разина. В качестве примеров приводится: легенда, рассказанная крестьянином из села Даниловка Волгоградской области про дух Степана Разина; легенда жителя села Щербаковка Волгоградской области о призраке Степана Разина.

Проанализировав положение действующих турфирм, их официальные сайты, можно сделать вывод, что лишь немногочисленные турфирмы Саратова предлагают подобные туры конкретно по Саратовской области. Было выявлено, что в Саратове нет такой турфирмы, которая бы предлагала тур в село Подгорное Романовского района Саратовской области.

Во втором параграфе третьей главы «Проектирование тура выходного дня и экскурсионного сопровождения на территории Саратовской области» автор бакалаврской работы описывает свою практическую разработку. Она включает в себя уникальный туристский маршрут по Саратовской области, связанный с атаманом Кудеяром – «Село Подгорное – интересное и овечьное легендами место» продолжительностью 2 дня/1 ночь (кольцевой маршрут, который включает в себя игровой квест); технологическую карту и подробное описание маршрута.

Цель создания данного уникального маршрута – передать потенциальным туристам разумную и эмоциональную интерпретацию данных о бытии людей, которые проживают на той или иной территории, погрузить в атмосферу легенд, донести нравственный смысл до каждого туриста.

---

<sup>9</sup> Соколова В. К. Русские исторические предания — Москва : Наука, 1970. — С. 288.

<sup>10</sup> Криничная Н. А. Русская народная историческая проза: Вопросы генезиса и структуры. Л.: Наука, 1987. – С. 17.

Для туристского маршрута были выбраны поселок Романовка и село Подгорное, где проживал и собирался со своими разбойниками после удачных набегов атаман Кудеяр, там же хранил награбленное.

Ресурсное обеспечение территории представляет собой высокий мыс, сориентированный на юго-запад, крутым обрывом спускается в лощину. От легендарной пещеры не осталось и следа.

Первый день путешествия будет проходить в селе Подгорное, где посетят основные объекты показа в рамках обзорной экскурсии. Одним из значимых мест будет мыс Богатырка. Интерактивным элементом выступает квест-игра «Поиск разбойничьего клада» для детей. Ужин и ночевка в поселке Романовка.

Второй, заключительный день, будет проходить в поселке Романовка, где туристы посетят основные объекты показа в рамках обзорной экскурсии (местные достопримечательности).

В стоимость тура входит: транспортное обслуживание по программе тура; проживание (1 ночь) в выбранном гостиничном доме в 2-ух и 3-ех местных номерах; питание по программе тура (2 завтрака, 1 ужин); экскурсионное обслуживание по программе; квест-игра «Поиск разбойничьего клада».

Стоимость тура составляет 1500 рублей (одна тысяча пятьсот рублей) с человека. Максимальное количество людей в группе – 13 человек.

Тур актуален в весенне-летний период – май–июль.

Предполагаемая целевая аудитория – это школьники 5-8 классов, а также взрослые с детьми в возрасте от 10 до 13 лет. Выбрана такая целевая аудитория, потому что тур выходного дня содержит в себе детский игровой квест, который связан с выполнением заданий и поиском клада. Тур подойдет и любителям природы, истории, легенд и мифов.

**Заключение.** Подводя итоги всему вышесказанному, можно сделать вывод, что в современных условиях такая маркетинговая технология как

туристское легендирование может стать конкурентным преимуществом и средством продаж туристских дестинаций.

Туры, включающие туристские легенды о разбойниках и кладах являются конкурентоспособным на туристском рынке, так как являются уникальным, лидирующим и, значительно, новыми в туризме. Можно сказать, что такой тур очень интересный, захватывающий вид отдыха, и он все больше нравится людям.

Грамотно сформированные туры на основе туристских легенд развивают эмоциональные связи между туристскими дестинациями и потребителями.

На первоначальном этапе исследования были изучены теоретические аспекты темы. На основе полученного материала была определена роль и значение туристских легенд в территориальном маркетинге. На сегодняшний день легенды – это важное направление маркетинговых исследований в туристической сфере.

Далее автором бакалаврской работы был проведён анализ дестинаций, которые в настоящее время активно и успешно используют туристское легендирование в своей деятельности.

Рассчитанное и обдуманное вовлечение туристских легенд в туристско-экскурсионную сферу способно позитивно влиять на имидж территории и привлекать туристов. Такой вид туризм находится в развитии, как в региональном туризме, так и России в целом.

Был проведен анализ на спрос и предложение на туры и экскурсии на основе «разбойничьих» легенд. Проанализировав положение действующих турфирм, их официальные сайты, можно сделать вывод, что лишь немногочисленные турфирмы Саратова предлагают подобные туры конкретно по Саратовской области. На сегодняшний день очень мало таких туров, хотя наша область позволяет это.

И это правильно, ведь в регионах России, в том числе и Саратовской области невероятное количество мест для активного отдыха. Для России

развитие туризма особенно важно, т.к. данная отрасль является благоприятной средой для функционирования предприятий малого бизнеса, способных развиваться без значительных бюджетных ассигнований.

Саратовская область обладает достаточно мощным потенциалом по приему туристов из других регионов. Помимо природных ресурсов, среди которых первое место, безусловно, занимает Волга, имеются все предпосылки для развития туризма, связанного с легендами и кладами.

В Саратовской области существует достаточное количество нематериальных туристских ресурсов для внедрения их в туристскую сферу посредством туристских легенд. Другими словами, представляется возможным развитие Саратова как туристской дестинации на основе легенд. Этому способствует практическая разработка, представленная автором бакалаврской работы.

Преимущества разработанного тура: уникальность места отдыха, предоставления услуг – в село Подгорное Саратовской области не существует туров, разработанный тур является первым; уникальность предлагаемых в туре экскурсий – наличие квест-игры, которая включена в экскурсию, подобных туров с квест-игрой по Саратовской области не существует.

Данный тур откроет потенциальным туристам целый мир легенд и кладов, передаст разумную и эмоциональную интерпретацию данных о бытии людей и донесет нравственный смысл до каждого.

Таким образом, задачи бакалаврской работы, поставленные во введении, выполнены, следовательно, цель работы достигнута.

Используя разнообразные символические ресурсы и средства, можно создать гуманитарные и социальные перспективы развития территории, согласованные и выявленные на основе анализа образно-мифологических конструкций населения этих регионов, а также концептуально-программные оболочки для гармоничного и эффективного развития этих территорий.