

## ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ САРЕПТЫ В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО БРЕНДА ВОЛГОГРАДА

Д.А. Полежаев, студент  
Волгоградский государственный университет  
(Россия, г. Волгоград)

DOI:10.24412/2500-1000-2023-5-3-159-162

**Аннотация.** В данной статье рассматривается важность и влияние исторического наследия Сарепты на формирование туристского бренда города Волгограда. В статье анализируются исторические факты и события, связанные с Сарептой, и их роль в формировании туристического бренда Волгограда. Исследование также освещает роль музеев, мастерских и других туристских объектов, посвященных Сарепте, в привлечении туристов и создании неповторимой атмосферы прошлого. На основе проведенного анализа статья предлагает практические рекомендации по развитию и популяризации музея-заповедника «Старая Сарепта». Исследование призвано способствовать более глубокому пониманию значимости исторического наследия для развития туризма и поддержки устойчивого туристического роста в регионе.

**Ключевые слова:** музей-заповедник «Старая Сарепта», немцы Поволжья, культурно-познавательный туризм, этнокультурный туризм, фестиваль горчицы, казачество, Емельян Пугачёв, туристский бренд Волгограда.

Историческое наследие является одним из важных факторов, влияющих на формирование и развитие туристических направлений и брендов городов. Волгоград, расположенный на берегу реки Волги, обладает уникальным историческим наследием, которое играет существенную роль в привлечении туристов из разных уголков мира.

Одним из наиболее значимых исторических артефактов Волгограда является Сарепта. Этот древний город был основан в эпоху Русской Империи и стал одним из крупнейших центров производства горчичного масла. Сарепта славится своей богатой историей, уникальной архитектурой и культурным наследием.

Историческое наследие Сарепты оказывает значительное влияние на формирование туристического бренда Волгограда по нескольким аспектам. Во-первых, уникальная архитектура привлекает внимание и интерес туристов, которые стремятся погрузиться в атмосферу прошлого и почувствовать дух истории немцев Поволжья. Во-вторых, историческое значение Сарепты связано с ключевыми событиями Российской истории, включая Пугачевское восстание, что делает его еще более при-

влекательным для исследования и путешествий.

Благодаря манифесту Екатерины II, началась история Сарепты. В 1763-1765 годах, в окрестностях Царицына, прибыли немцы из Нижней Саксонии, которые основали свою колонию здесь. Германские переселенцы были членами христианской конфессии гернгутеры, их прибытие ознаменовало начало нового этапа в истории этой области. Старейшее здание в Волгограде, кирха, было построено в 1772 году и стало важным символом Сарепты [1].

Ремесла и культура сарептян представляют собой уникальный объект туристического интереса. Этот аспект колонии дополняет её историческую ценность и предоставляет неповторимый взгляд на традиции и искусство, развивавшиеся здесь на протяжении веков.

Сарептяне развивали разнообразные ремесла, среди которых выделялись мастерство глиняной и керамической работы, деревообработка, ткачество, производство лекарственных настоек, горчичное производство и другие искусства. Их ремесленные навыки были известны далеко за пределами колонии, и их продукция привле-

кала внимание как местных жителей, так и путешественников.

Культура сарептян охватывала не только ремёсла, но и музыку, танцы, народные обычаи и ритуалы. Восхитительные народные песни и танцы, передававшиеся из поколения в поколение, погружали в глубины народной души и помогали сохранять историческую память о прошлом.

Сегодня эти ремёсла и культурные выражения сарептян становятся объектом туристского интереса. Посетители могут погрузиться в атмосферу прошлого, посетить кирху и музеи, где оживает история искусства Сарепты. Они имеют возможность не только наблюдать, но и участвовать в мастер-классах по ремёслам, расширяя свои навыки и создавая собственные произведения искусства.

Однако, актуальными проблемами выступает ряд факторов низкой посещаемости объекта: процесс организации туристской деятельности, состояние культурных ресурсов и архитектурных объектов, а также отсутствие комплексного маркетинга и позиционирования. Классический музейный туризм постепенно становится непопулярным в обществе из-за ускорения процесса обработки и усвоения человеком информации [2]. Подход цифровизации на том уровне, который имеется, а именно видеоролики, 3D модели и виртуальные экскурсии на большинстве туристских объектов оставляют желать лучшего. Это связано с высокой стоимостью создания таких проектов и низким уровнем заинтересованности специалистов. Помимо этого, Музей-заповедник «Старая Сарепта» находится на федеральном обеспечении и для получения дополнительных крупных финансовых средств необходимо и экономическое и социальное обоснование. Возможно получение средств как из бюджетных, так и из внебюджетных источников – участие в грантах, конкурсах, поиск частного инвестора. В первом и во втором случаях важно масштабно и проработано прописать проект, учитывая его комплексное развитие с решением проблем. Это касается и частных инвесторов, но тут выступает проблема бюрократических издержек перехода части музея в частные руки, необ-

ходимо установить наиболее выгодные условия как для государства и инвесторов, так и для обычных туристов – интересный и качественный туристский объект. Если решится финансовая часть проблем и появятся ресурсы на реконструкцию аварийных архитектурных сооружений, то на их базе возможно создание уникальных мастерских с мастер-классами, введение производства аутентичной продукции (также это можно сделать вне музея, сохранив бренд и часть прав за музеем), средства размещения именно в том виде, которое заинтересует туристов оставаться в южной части вытянутого города Волгограда. Гостиница должна сохранять атмосферу 19 века и быть насыщена яркими визуальными образами. Следующий аспект – совершенствование классической музейной экскурсии добавлением новых или воссозданных аутентичных экспонатов. Также следует включить аттрактивность и возможность интерактивного взаимодействия туристов с подготовленными экспонатами и аниматорами. Это позволит выделить музей на фоне сотен других классических музеев.

Музей-заповедник «Старая Сарепта» является этнокультурным объектом и проведение фестивалей, таких как «Фестиваль горчицы» играет особую роль в продвижении музея и Волгоградского региона в целом. В настоящее время в виду множество критических негативных внешних факторов фестиваль проводится. Приняв участие в нём как организатор аттрактивной площадки по фланкировке и фехтованию выделил заинтересованность гостей и туристов именно в интерактивных площадках. В 2022 года таких было всего несколько, к тому же негативным аспектом выступило низкое финансирование и отсутствие комплексного позиционирования фестиваля выражается в низкой популярности для туристов. Для повышения репутации и увеличения туристских показателей необходимо соблюдать комплексную маркетинговую концепцию и сохранить аутентичную атмосферу за счёт – правильно подобранной музыке, форме одежды организаторов, материальной и технологической подготовке площадок, рекламной страте-

гии, грамотного SMM направления, подключения инфлюенсеров и масс-медиа. Дополнительно стоит подключить различные этнические клубы и музыкальные группы, так как создание новой музыки, основанной на истории Сарептян – дорогой и трудоёмкий процесс. Так за счёт грамотного переосмысления музея и фестивалей не смотря на низкое финансирование, возможно сделать его более популярным и создать условия стимулирования туристов для его посещения.

Не стоит забывать о создании новых фестивалей и зрелищных выступлений. История Сарепты уникальна и тем, что с ней связаны события восстания казаков Емельяна Пугачева. Такая глубокая и исторически обособленная тема даёт плацдарм для развития музея и туризма в Волгоградской области. Наличие клубов фланкировки, фехтования, народных промыслов и казачества создаёт условия для взаимодействия и реализации проектов, связанных с туризмом.

Однако существуют и внешние проблемы – на территории музея расположен военный комиссариат Красноармейского

района г. Волгограда и Светлоярского района, который занимает порядка 20% площади музея и ограничивает на проведение различных мероприятий. Данную проблему может решить только администрация города. Следующая проблема – сложная транспортная логистика и большое расстояние от точки входа в музей. Здесь решением выступит реновация средства размещения и создание на его основе качественного отеля, а также решение проблем с загруженностью дорог. И, наконец, третья проблема – загрязнение улиц, фасадов домов вблизи музея, что негативно складывается на восприятии туристов города.

Таким образом, при решении вышеупомянутых проблем и изменение концепции музея-заповедника «Старая Сарепта», запуск брендовой продукции позволит Волгограду включить в свой список ещё один туристский объект в качестве бренда [3], так как на территории России всего несколько аналогичных поселений немцев Поволжья в городской черте и таким большим ресурсным потенциалом.

#### **Библиографический список**

1. История Сарепты // Музей-заповедник «Старая Сарепта». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sareptamuseum.ru/history/>.
2. Анисимова В.В., Волкова Т.А. Музейный туризм в России // Известия ДГПУ. Естественные и точные науки. – 2021. – №1. – С. 49-55.
3. Левочкина Н.А. Туристические бренды территории: структура и особенности // Российское предпринимательство. – 2012. – №20. – С. 152-158.

## THE HISTORICAL HERITAGE OF SAREPTA IN THE FORMATION OF THE TOURIST BRAND OF VOLGOGRAD

**D.A. Polezhaev, Student**  
**Volgograd State University**  
**(Russia, Volgograd)**

***Abstract.** This article examines the importance and influence of the historical heritage of Sarepta on the formation of the tourist brand of the city of Volgograd. The article analyzes historical facts and events related to Sarepta, and their role in the formation of the tourist brand of Volgograd. The study also highlights the role of museums, workshops and other tourist sites dedicated to Sarepta in attracting tourists and creating a unique atmosphere of the past. Based on the analysis, the article offers practical recommendations for the development and popularization of the museum-reserve "Old Sarepta". The study aims to contribute to a deeper understanding of the significance of historical heritage for the development of tourism and support sustainable tourism growth in the region.*

***Keywords:** Old Sarepta Museum-Reserve, Volga Germans, cultural and educational tourism, ethnocultural tourism, mustard festival, Cossacks, Emelyan Pugachev, Volgograd tourist brand.*