

* * *

1. Белицер В. Н. Очерки по этнографии народов коми XIX — XX века. М.: Издательство Академии наук СССР, 1958.
2. Богатырев П. Г. Вопросы теории народного искусства. М.: Искусство, 1971.
3. Грибова Л. С. Декоративно-прикладное искусство народов коми. М.: Наука, 1980.
4. Ильина И., Уляшев О. Магия любви и любовная магия коми // Арт. 1993. № 3. С. 84.
5. Конаков Н. Д. От Святков до Сочельника: Коми традиционные календарные обряды. Сыктывкар: Коми книжное издательство, 1993.
6. Мифология коми / науч. ред. В. В. Напольских. М.: ДиК, 1999.
7. Плесовский Ф. В. Свадьба народа коми: обряды и причитания. Сыктывкар: Коми книжное издательство, 1968.

УДК 008

М. В. Терехова

**Знаково-символическая природа костюма
как основание вестиментарных кодов в культуре**

В статье анализируются ключевые свойства функционирования костюма как знака в культуре. Эти свойства лежат в основе вестиментарных кодов и, следовательно, языка одежды как одного из языков культуры. Выявляются следующие знаковые свойства костюма: историчность семантики, существование первичного — денотативного и вторичного — коннотативного уровней восприятия костюма; конвенциональность связей между планами выражения и содержания в костюме и синхронно-диахронный характер их динамики.

Ключевые слова: *вестиментарный код, семиотика костюма, язык одежды.*

M. V. Terekhova. Sign and symbolic nature of costume as a basis of vestimentary codes in culture

Key features of costume as a cultural sign are analyzed in the paper. These features constitute a ground for vestimentary codes and language of clothes as one of the cultural languages. The following sign features of costume are stated and argued in the paper: historical semantics, existence of denotative and connotative levels of perception of costume, conventional relations between form and meaning in costume, patterns of synchronous and diachronic dynamics of costume in culture.

Keywords: *vestimentary codes, semiotics of costume, language of clothes.*

Вестиментарные коды, то есть совокупность правил и закономерностей передачи информации посредством предметов костюма, являются одним из базовых каналов невербальной коммуникации в культуре. Подобно тому как знание естественного языка основано на владении правилами грамматики, знание языка одежды — важнейшего языка культуры — основано на владении вестиментарными кодами данной культуры. В свою очередь, вестиментарные коды обязаны своим существованием знаково-символической природе костюма. Поэтому выявление и анализ ключевых свойств костюма как знака с позиции синтактики, семантики и прагматики — центральная проблема и отправная точка семиотических исследований в области костюма.

Литературовед А. П. Чудаков в одной из своих статей остроумно заметил, что «по функциям все рукотворные предметы окружающего мира можно разделить на два класса: вещи для человека и вещи для других вещей» [11, с. 70], имея в виду в первом случае предметы, непосредственно контактирующие с человеком, а во втором — упаковку, сосуды, механизмы и т. п. Конечно, это деление вещного мира на две категории условно, поскольку в итоге все культурные артефакты прямо или опосредованно служат человеку; но если допустить такую категоризацию, то едва ли не главным, самым очевидным «предметом для человека» будет одежда. Сопутствуя человеку на протяжении всей истории цивилизации, тесно соприкасаясь с телом, «формируя и задавая модус его восприятия» [13, с. 210—211] и даже мыслясь его прямым продолжением, элементы одежды неизбежно входят в пространство культуры. Так, смысловое, инфор-

мационное содержание сопровождается исходную материальную оболочку — одежда становится костюмом. Иными словами, костюм — это «одежда в культуре» и двуединство материально-физического и смыслового компонентов — ключевое свойство костюма как культурного феномена. Причем смысловой компонент вещи, ее значение всегда связано с локально-временной спецификой. Вещь любой эпохи и культуры всегда воспринимается и познается «здесь и сейчас».

Закономерно, что к костюму в полной мере применимы наблюдения, сделанные о «вещи в культуре». Справедливо утверждение Г. Кнабе: «Семиотична окружающая среда в целом, и каждый ее элемент может (и должен!) быть соответствующим образом прочитан, т. е. познан культурно-исторически» [2, с. 116]. Ю. М. Лотман в своих работах, неоднократно акцентируя двойственную, комплексную природу артефакта культуры, писал: «Ценность вещей семиотична, ибо она определяется не их собственной ценностью, а значительностью того, что они представляют» [4, с. 60]. Справедливо ли это наблюдение в отношении костюма? Безусловно, да.

Г. Кнабе, говоря о бытовой вещи как знаке, выделяет три принципиальных ее свойства: 1) историчность семантики вещи; 2) способность в полной мере распознать эту знаковость лишь у носителей определенной социально-культурной группы, объединенной общим опытом; 3) эмоциональность вещи [7, с. 62]. Безусловно, все эти основополагающие свойства могут быть выделены в отношении костюма. Если первые два свойства очевидны любому семиотику и специалисту-культурологу, то третье, возможно, требует уточнения. Кнабе говорит об особых эмоциях, эмоциональном восприятии, связанном с «переживанием» бытовой вещи как предмета, близко связанном с человеком в его повседневности. Это наблюдение перекликается со словами А. П. Чудакова о «вещи для человека»: «...с миром “вещей для себя” человек связан иначе, чем с миром предметов служебных, — гораздо теснее, ближе. Он относится к ним эмоционально — они ему нравятся или нет. Он создает и осознает их не только как утилитарную, но и как эстетическую ценность. Он связан с ними психологически» [11, с. 72]. Остается только удивляться, насколько точными и справедливыми эти наблюдения ученых представляются в отношении костюма как самого близкого к человеку предмета окружающей материальной среды.

Мы говорим о «конкретных культурно-исторических условиях» смыслообразования, однако нельзя забывать, что на семиозис вещи влияет и субъективно-личностный фактор, т. е. специфика ассоциаций, смыслов, детерминированных уникальным личностным опытом каждого воспринимающего. Таким образом, в полном соответствии с основами современной семиотики в отношении костюма можно выделить 2 плана восприятия: первичный — денотативный и вторичный — коннотативный. Под денотативным планом мы понимаем типовое представление о предмете или классе предметов, характерное для заданной культурно-исторической ситуации; некое общее и главное значение (или совокупность значений), которым вещь наделяет большинство носителей данной культуры в данный момент времени. В то время как коннотативное значение — это вторичное, дополнительное по отношению к денотативному значению, в основе которого лежит уникальный, субъективный личный опыт каждого человека. Так, С. Т. Махлина отмечает, что коннотативные смыслы «суггестивны, неопределенны, расплывчаты, а потому их расшифровка всегда предполагает значительную долю субъективности» [6, с. 39].

Именно по причине этой имплицитной неопределенности и субъективности коннотативного плана в семиотических исследованиях костюма следует фокусироваться на денотативном плане знака. Это позволит сделать обобщающие наблюдения и выводы о значениях такого костюма в рамках данной культурно-исторической ситуации, т. е. таким образом мы как бы выносим за скобки все акцидентное и неопределенно субъективное, личное, выделяя совокупность значений, которые разделяются большинством носителей данной культуры. Будем руководствоваться этим принципом.

Как гласит основополагающий принцип семиотики, сформулированный еще Ф. де Соссюром, любой знак состоит из означающего и означаемого. Применительно к семиотике культуры Ю. Лотман часто пользовался терминами «план выражения» и «план содержания», что представляется нам весьма удачной формулировкой.

Закономерно, что в случае с костюмом следует выделять план выражения — форму — собственно одежду (или другой элемент гардероба — обувь, аксессуар и т. д.) и план содержания — совокупность историко-культурно детерминированных значений, смыслов, ассо-

цированных с материальным предметом. Как мы уже отмечали, непосредственная близость к человеку в его ежедневном опыте, вовлеченность в вещный мир повседневности неизбежно семиотизирует материальный предмет — одежду. В этом костюме подчиняется общей закономерности семиозиса «вещей в культуре». Тем не менее существует немало уникальных свойств, присущих костюму и следующих из специфики его внутренней знаковой организации — планов выражения и содержания. Характер этих внутренних связей между двумя составляющими костюма весьма сложен.

Зададимся вопросом: почему конкретная вещь наделяется определенными значениями, не тождественными ее непосредственным утилитарным функциям? И тут же мы столкнемся с одной из фундаментальных проблем семиотики культуры, исключительно наглядно проступающей именно в случае с костюмом. Обратимся к историческому примеру: почему мини-юбка стала знаком эмансипации и сексуальной свободы в 1960-е? Ответ кажется самоочевидным: важное социально-культурное явление требовало вестиментарного отражения и нашло его в мини-юбке, поскольку укорочение подола ассоциируется с освобождением женского тела, столь долго пребывавшего в закрытом, скованном состоянии. Трудность в том, что эти соображения, будучи в целом верными, не отвечают на вопрос: почему именно мини-юбка стала знаком эмансипации в западной массовой культуре 1960-х? Почему не обнажение груди, например? Ведь это тоже вполне удовлетворяло бы ассоциациям с обнажением/освобождением. На эту тему размышляли многие культурологи и историки моды, в частности Дж. Лавер, который на основе наблюдений за динамикой зон открытого/закрытого в европейском костюме и сопутствующим постоянным смещением смыслов, в том числе эротических, сформулировал теорию «подвижных эротических зон» [12]. Однако и эта попытка не вполне достигла цели, поскольку множество примеров позволили описать, но не объяснить причину надения конкретной вещи конкретным смыслом в заданных культурно-исторических условиях. Приведем еще один пример: почему кожаная куртка, изначально элемент амуниции автомобилиста, стала знаком революционности в советской культуре? Может напрашиваться ответ: «Потому что ее носили молодые революционеры — чекисты времен Гражданской войны. Однако этот ответ, в сущности,

не отвечает на вопрос, поскольку подразумевает встречный вопрос: «Почему же именно кожаная куртка — кожанка — была избрана самими революционерами в качестве костюма-маркера, вещи-знака? Почему этим маркером не стали, например, кожаные перчатки или красная кобура? Однозначного ответа нет.

Распространена такая позиция: определенный элемент одежды становится знаковым благодаря той или иной влиятельной исторической персоне. Так, французский король Людовик XIV ввел в моду красные каблуки среди своих придворных, затем мода распространилась на более широкие аристократические круги, и, наконец, этот предмет гардероба утвердился в культуре в качестве знака аристократизма вообще. Однако зададим встречный вопрос: почему именно красные каблуки стали этим знаком, а не любой другой предмет одежды Людовика XIV?

Итак, аналитическая постановка вопроса о причинности связей между планами выражения и содержания в костюме приводит нас к выводу о принципиальной конвенциональности таковых связей. Полагаем это одним из фундаментальных свойств костюма. Конвенциональность форм не означает полного отсутствия причинно-следственных связей практического характера в семиозисе костюма. Однако ни одна из выделенных причин, ни один логический резон не могут считаться исчерпывающими: наделение предмета одежды определенным значением всегда комплексный процесс исключительно сложного генезиса.

Практически все вещи в культуре — и одежда в том числе — приобретают знаковые функции, однако некоторые из них очевидным образом доминируют в общем ряду знаков. Гиперсемиотичность вообще свойственна костюму, но и среди элементов гардероба нет однородности: некоторые вещи функционируют в культуре как семиотические узлы. Нередко именно эти вещи-узлы закрепляются в массовом сознании как модные, особо значимые в статусном выражении и т. д. Особо отчетливо эти вещи проступают в исторической перспективе: они, как правило, не теряют своих исходных смыслов — культура «запоминает» их, и для последующих поколений именно эти предметы становятся знаками эпохи. Например, в советской культуре так произошло с красным платком или кожанкой — и сегодня эти вещи для большей части населения «прочитывают-

ся» как знаки эпохи (пусть и не в полном объеме и не так, как современниками — семантические утраты и искажения со временем неизбежны). В это время другие элементы вестиментарной культуры не «прочитываются» современным человеком вовсе или претерпевают принципиальные семантические изменения, так что исходная семантика вещи почти не просматривается сквозь новые наслоения значений.

Закономерен вопрос: почему же некоторые предметы костюма более нагружены семантически, чем другие? По какому принципу пространство вестиментарной культуры формирует внутри себя вещи — семиотические узлы?

Мы уже указывали на невозможность исчерпывающей и однозначной рационализации семиозиса костюма, поэтому не претендуем на то, чтобы сейчас найти единственно верный ответ. Однако можно постараться выделить общую закономерность. Искусствовед и историк Э. Холландер предполагает существование «визуальной необходимости во всем, что касается одежды» [10, с. 356]. Эта формулировка — «визуальная необходимость» — весьма расплывчата и не дает однозначных объяснений, однако она подводит нас к мысли о том, что элементу костюма, для того чтобы утвердиться в культуре в качестве отчетливого и весомого знака, требуется некая созвучность стилистическим предпочтениям, эстетическим вкусам времени-места. Действительно, красная блуза и головной убор Джузеппе Гарибальди стали столь популярным знаком в европейской моде 60—70-х гг. XIX в. потому, что вполне соответствовали эстетическим предпочтениям и ожиданиям в области костюма, силуэта того времени. Иначе носителями всех культурных значений так называемой гарибальдийки мог бы стать другой элемент костюма. Это требование визуально-эстетической созвучности эпохе никогда не следует списывать со счетов, когда речь идет о costume.

Вышеизложенные наблюдения подводят нас к мысли, что задачей семиотики культуры в области исторического костюма является не поиск однозначного ответа на вопрос, почему данная вещь оказалась наделенной данными значениями — комплекс причин может оказаться неопишимо велик, а максимально возможная экспликация этих значений; выделение, систематизация и аналитическое осмысление этих историко-культурных смыслов вещи.

Костюм как знак в культуре не статичен. Он находится в постоянной динамике своих составляющих — плана выражения (формы, собственно одежды) и плана содержания (совокупности значений, смыслов). Причем динамика осуществляется как в синхронном, так и диахронном направлении по определенным закономерностям.

Безусловно, объективные реалии — социально-политические, промышленно-технические, экономические — влияют на формообразование костюма в рамках конкретной культуры. Влияет сама жизнь в ее повседневности, а также визуально-эстетические вкусы эпохи. Например, едва ли возможно описать все многообразие перемен в костюме, вызванных таким историческим событием, как Первая мировая война. Перемен разного масштаба — от фундаментальных до заметных лишь историкам материальной культуры. Из первых перечислим: выход корсетов из повседневного обихода, упрощение силуэта и отделки женского костюма, постепенное утверждение брюк как приемлемого элемента женского униформенного и рабочего костюма. Из вторых: появление ручных часов на практичном ремешке и выход из массового обихода часов карманных, появление и распространение зажигалки в ее привычном для современного человека виде. Конечно, этот список примеров не исчерпывающий. Однако он позволяет увидеть взаимосвязь Большого и Малого в культуре; осознать, насколько полезно бывает обратиться к Малому, чтобы увидеть в его отражении Большое. А увидев с непривычного ракурса, лучше разглядеть и, возможно, понять. Все это в полной мере касается работы культуролога-историка материальной культуры и, безусловно, историка костюма.

Итак, влияние объективных реалий на формообразование в костюме очевидно. Однако очевидно и то, что соображения чистой утилитарности, практической необходимости и полезности играют далеко не единственную и даже не решающую роль в эволюции тех форм, которые принимает костюм. В сущности, вся история моды — собрание примеров нефункциональных, а порой болезненных и антианатомичных вестиментарных практик — от европейской традиции использования корсета для моделирования силуэта тела до китайской практики тугого бинтования женских ступней (т. н. ножка-лотос). Ведь недаром возникло устойчивое выражение «жертва моды». По этой же причине оказались несостоятельны попытки мно-

гих антропологов и социологов XIX в. объяснить формирование костюма и генезис одежды вообще с объективно-позитивистских позиций. Феномен костюма просто не «укладывался» в жесткие рамки логического детерминизма.

Важным следствием этой вторичности утилитарного функционализма является удивительное разнообразие форм костюма и их изменчивости. Диахронные перемены подразумевают последовательность смены форм в исторической перспективе — от одной эпохи к другой. И в этой динамике вестиментарных форм во времени проявляются специфические знаковые особенности костюма: например, своеобразный феномен функциональной рудиментарности. Происходит это, например, в том случае, когда тот или иной элемент костюма, изначально функциональный, со временем теряет утилитарное назначение, оставаясь тем не менее в гардеробе исключительно в качестве носителя знаковых функций. История костюма знает немало подобных случаев: так, небольшой накладной кармашек над правым карманом мужских брюк изначально использовался для хранения часов на цепочке. Со временем карманные часы из повседневного обихода ушли, но специальный кармашек сохранился — сегодня мы видим его на любой модели джинсов. Еще один пример подобного рода: брелоки. Небольшие подвески на цепочке имели непосредственную утилитарную ценность: так, на специальных приспособлениях — шатленах — в европейской культуре со Средних веков носили полезные в быту мелочи: ножницы, ключи, кошелек... Мужчины на жилетных цепочках носили часы, печатки и т. д. — однако со временем брелоки стали сугубо декоративным и символическим элементом костюма. Э. Холландер также замечает эту закономерность и формулирует свое наблюдение так: «функциональные детали зачастую оказываются куда более долговечными, чем породившая их функция» [10, с. 356].

Те семантические изменения, которые претерпел в вестиментарной культуре монокль, — замечательный пример проявления феномена функциональной рудиментарности. Так, с распространением других, более утилитарных разновидностей оптических приборов (очки, пенсне) монокль к началу XX в. лишился практической функции, оставаясь в гардеробе великосветских щеголей в качестве элемента конструирования личного образа. Очевидная антипрак-

тичность моногля лишь подчеркивала «позу» обладателя, к тому же сама конструкция оптического прибора подразумевала специфическую жестикуляцию и мимику: характерный прищур и поднятый подбородок, что также работало на создание особого высокомерно-аристократического образа — вспомним, например, портреты Зинаиды Гиппиус, чей характерный облик конструировался с помощью тщательно подобранных элементов костюма, и монобль, безусловно, играл в этом ансамбле ведущую роль. Более того, многие щеголи использовали монобль с простым стеклом, не увеличивающим и не уменьшающим, что еще очевиднее указывает на истинную функцию элемента гардероба. Но семантика костюма всегда чувствительна к изменениям в обществе и культуре: так, в период Первой мировой войны монобли вышли из употребления во многом потому, что они были характерным отличием германского (в особенности прусского) офицерства [8, с. 118].

Любопытно и такое проявление сложной исторической преемственности форм: вещь в своих очертаниях и внешней эстетике нередко хранит память о функциональном предшественнике, порой буквально цитируя его. Это свойственно материальной культуре вообще: так, например, первые автомобили внешне отчетливо напоминали конные экипажи, и аналогично экипировка шоферов в первое время включала бриджи и джодпуры и высокие кожаные сапоги, т. е. костюм жокеев.

Форма некоторых предметов костюма со временем существенно трансформируется, сохраняя при этом однозначно узнаваемое семантическое наполнение. Так, например, традиционная в европейской культуре траурная женская вуаль — обязательная по этикету XVI в., в начале XVII в. на некоторое время была вытеснена так называемым вдовьим мыском. Этот головной убор представлял собой своеобразную модификацию чепца, диадемы и вуалевой накладки — по сути, рудимент траурной накладки, сведенный к чисто символической функции. В подобном «вдовьем мыске» запечатлены многие аристократки XVII в. — от Марии Медичи (наиболее узнаваем ее портрет кисти Пауля Рубенса) до Марии Шотландской и Анны Австрийской (портрет кисти Франса Пурбуса Младшего).

Постоянные трансформации форм и циркуляции смыслов в костюме происходят, безусловно, не только в историческом, т. е. диа-

хронном, направлении. Непрерывающиеся «перетекания» смыслов, как и заимствование внешних форм костюма, происходит и в синхронном — единовременном срезе в рамках культуры. Так, именно на закономерности циркуляции форм костюма между разными общественными стратами преимущественно обращали внимание историки и теоретики моды с начала XX в. основополагающей в этом направлении считается теория заимствования модных форм низшими слоями общества у высших, предложенная Жаном Габриэлем Тардом «Законы подражания» (1890) [9] и углубленная на более разработанном уровне в трудах Георга Зиммеля, в первую очередь в классическом сочинении «Философия моды» (1905) [1]. Популярны эти взгляды и сегодня. Однако нельзя не признать недостаточности лишь такого угла зрения на проблему динамики форм и значений в западном костюме: эта динамика куда сложнее, чем однонаправленное вертикальное «перетекание» в рамках одной культуры.

Более того, семантическая система любого элемента костюма неизбежно усложняется влияниями извне, т. е. со стороны других культур. Так, возникают многоуровневые кросс-культурные связи, которыми мы не имеем права пренебрегать, поскольку ни одна культура, даже самая автаркически замкнутая (например, Япония периода самоизоляции сер. XVII — сер. XIX вв., Северная Корея или СССР периода «железного занавеса»), не являются полностью изолированными от внешних воздействий — как экономически, так и культурно. Поэтому всегда при семиотическом анализе костюма той или иной культуры следует по мере возможности проводить аналогии с синхронными процессами в иных культурах. В подкрепление этого тезиса приведем еще один пример из истории костюма: в советской культуре 1920-х гг. ключевым вестиментарным знаком принадлежности рабочему классу являлась кепка — мужской головной убор, на семантическом уровне противопоставленный «буржуазным» шляпам — котелку или цилиндру. Однако, делая это наблюдение, нельзя упускать из виду, что кепка служила маркером «рабочего» и в пространстве западной культуры, т. е. этот знак не был специфически советским, а был лишь определенным образом адаптирован к локально-временной специфике.

Появление новых значений и «запись» их поверх уже существующих была определена представителями московско-тартуской школы как «пересемантизация», причем условием этого процесса

был признан сдвиг между ценностными оппозициями значений — «семиотическими антиномиями» в рамках культуры. Так, в работе «К семиотической типологии русской культуры» Ю. М. Лотман и Б. А. Успенский анализировали семиотические антиномии в культуре XVIII в., а именно «свое» — «западное», «мир бытовой реальности» — «мир правил» и т. д. Исследователи анализировали, каким образом в культуре происходила фундаментальная пересемантизация Петровской эпохи: «...европеизация сопровождалась широким вторжением новых знаковых систем, установлением символических отношений...» [5, с. 430].

Семиотические сдвиги соразмерного масштаба, когда пересемантизации подверглись буквально все сферы жизни человека, произошли в русской культуре с Октябрьской революцией 1917 г.: так же, как в Петровскую эпоху, поменялось соотношение фундаментальных семиотических антиномий «свое» — «чужое». На социальном и аксиологическом уровнях эти процессы вылились в трансформацию представлений о «норме» и «аномалии» — например, с такого ракурса предлагает анализировать трансформации постреволюционного советского общества историк Н. Б. Лебина [3].

* * *

1. Зиммель Г. Мода // Избранное. М.: Юристъ, 1996. Т. 2.
2. Кнабе Г. Семиотика культуры // Кнабе Г. Избранные труды. Теория и история культуры. М.-СПб.: Летний сад; М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2006.
3. Лебина Н. Б. Повседневная жизнь советского города: нормы и аномалии. 1920—1930 годы. СПб.: Летний сад, 1999.
4. Лотман Ю. М. История и типология русской культуры. СПб.: Искусство-СПб, 2002.
5. Лотман Ю. М., Успенский Б. А. К семиотической типологии русской культуры XVIII в. // Из истории русской культуры. Т. 4 (XVIII — начало XIX века): сборник / отв. ред. А. Д. Кошелев. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. С. 420—465.
6. Махлина С. Т. Словарь по семиотике культуры. СПб.: Искусство-СПб, 2009.
7. Махлина С. Т. Семиотика культуры повседневности. СПб.: Алетейя, 2009.

8. Ривош Я. Н. Время и вещи: Очерки по истории материальной культуры в России нач. XX в. М.: Искусство, 1990.
9. Тард Г. Законы подражания. М.: Академический проект, 2011.
10. Холландер Э. Взгляд сквозь одежду. М.: Новое литературное обозрение, 2015.
11. Чудаков А. П. Нужна вещная стратегия современности // Красная книга культуры: сб. ст. / АН СССР; Науч. совет по филос. и социал. пробл. науки и техники; Центр наук о человеке; сост., подгот. текста, подбор ил. В. Л. Рабиновича; отв. ред. И. Т. Фролов. М.: Искусство, 1989. С. 70—85.
12. Laver J. Costume and fashion: a concise history. London: Thames and Hudson, 1982.
13. Hollander A. Feeding the eye. Berkley: University of California Press, 1999.

УДК 008+91

П. С. Ширинкин

**К вопросу об использовании символических
средств и ресурсов в развитии
гуманитарного потенциала территории**

В статье рассматривается туристское легендирование как метод использования символических средств и ресурсов в развитии гуманитарного потенциала территории. Туристская легенда есть особый турсурс, как природные или культурные объекты, непосредственно используемые в туризме. Объединение методологии и методики комплексных географических характеристик, пространственных представлений (мифологий), теории имиджа и брендинга позволяют эффективно и современно влиять на социально-экономическое, культурное и политическое развитие регионов России.