## Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермская государственная академия искусства и культуры»

### Павел Сергеевич Ширинкин

### ТУРИСТСКОЕ ЛЕГЕНДИРОВАНИЕ:

региональные аспекты (Пермский край)

Учебное пособие

Пермь 2014 УДК 338.48 ББК 75.8 (2Рос-4Пер) III64

#### Репензенты:

Тульчинский Григорий Львович, доктор философских наук, профессор кафедры прикладной политологии Санкт-Петербургского филиала Государственного университета – Высшей школы экономики

**Лисенкова Анастасия Алексеевна**, кандидат культурологии, доцент кафедры управления и экономики социально-культурной сферы Пермской государственной академии искусства и культуры

**Ширинкин, П. С.** Туристское легендирование : региональные аспекты (Пермский край) : учебное пособие / П. С. Ширинкин. – Перм. гос. акад. искусства и культуры. – Пермь, 2014. - 260 с.

ISBN 978-5-91201-204-4

Настоящее пособие рассматривает основные положения и эволюцию культурной, гуманитарной и имажинальной географии в качестве методологической платформы для туристского легендирования как прикладной дисциплины. Описываются базовые понятия: «географический образ», «культурный ландшафт», «этнокультурный ландшафт», «мифологизация пространства». На примере Прикамья рассмотрен комплекс туристских легенд, во всем многообразии их видов и форм. Определено место легенды (мифа) как важной части туристского продукта и экскурсии. Показана роль легенды в продвижении территории и развитии регионального туризма. Представлены концепты образно-географических карт и карты образно-географического рельефа г. Перми и Пермского края.

Пособие адресовано бакалаврам и магистрантам, обучающимся по направлениям «Туризм», «Социально-культурная деятельность», «Культурология».

Рекомендовано к изданию научно-методическим советом Пермской государственной академии искусства и культуры

УДК 338.48 ББК 75.8 (2Рос-4Пер)

ISBN 978-5-91201-204-4

- © Пермская государственная академия искусства и культуры, 2014
- © Ширинкин П. С., 2014

### СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
Глава 1. Гуманитарная география как теоретико-	
методологический базис исследования образов	
географического пространства	9
1.1. Междисциплинарные основы исследований образов	
географического пространства	9
1.2. Гуманитарная география как теоретико-методологический	
базис туристского легендирования	16
1.2.1. Гуманитарная география: понятие, эволюция,	
межнаучное взаимодействие	16
1.2.2. Имажинальная география как когнитивное ядро	
гуманитарной географии	18
1.3. Культурная география: эволюция научных направлений, школы и персоналии	20
школы и персопалии	20
Глава 2. Обзор базовых концепций, понятий, методов и	
направлений гуманитарной географии	34
2.1. Концепции «культурного ландшафта» и «этнокультурного	
z.т. концепции «культурного ландшафта» и «этнокультурного ландшафта»	34
2.2. Понятие «географический образ» в имажинальной географии (по Д. Н. Замятину и Н. Ю. Замятиной)	1.6
(110 Д. 11. Јаматину и п. Ю. Јаматинои)	40

	2.3. Понятие «географическое пространство» и основные интерпретации понятия «образ» в гуманитарной географии (по Д. Н. Замятину)	. 54
	2.4. Взаимодействие понятий «образ», «культура», «пространство» и моделирование географических образов (по Д. Н. Замятину)	. 60
	2.5. Перспективы моделирования географических образов в культуре (по Д. Н. Замятину)	. 67
	2.6. Образно-географическая карта как метод исследования в гуманитарной географии и когнитивная модель пространственных представлений в локально-мифологическом контексте (по Д. Н. Замятину)	. 75
	2.7. Мифогеография и интерпретация пространства и понятие о «комплексных географических характеристиках» (по И.И.Митину)	. 79
Γ <i>յ</i>	ава 3. Теоретико-методологические и прикладные основы	
	туристского легендирования	88
	туристского легендирования	
	3.1. К определению понятия «туристская легенда»	. 88
	<ul><li>3.1. К определению понятия «туристская легенда» и «туристское легендирование</li></ul>	. 88 . 98
	<ul> <li>3.1. К определению понятия «туристская легенда» и «туристское легендирование</li> <li>3.2. Туристское легендирование: цель, задачи, методы, подходы и методологические аспекты</li> <li>3.3. Роль и значение туристского легендирования в развитии</li> </ul>	. 88 . 98
	3.1. К определению понятия «туристская легенда» и «туристское легендирование  3.2. Туристское легендирование: цель, задачи, методы, подходы и методологические аспекты  3.3. Роль и значение туристского легендирования в развитии туристской территории  3.4. Комплекс туристских легенд Пермского края	. 88 . 98 108
	3.1. К определению понятия «туристская легенда» и «туристское легендирование  3.2. Туристское легендирование: цель, задачи, методы, подходы и методологические аспекты  3.3. Роль и значение туристского легендирования в развитии туристской территории  3.4. Комплекс туристских легенд Пермского края (территориальный аспект)  3.5. Подходы к типологии и классификации туристских легенд	. 88 . 98 108 153

Глава 4. Туристское легендирование территории: содержательный и прикладной аспект	176
4.1. Туристское легендирование как фактор развития территории (на примере Пермского края)	176
4.2. Туристское легендирование в формировании туристского имиджа и развития регионального туризма	187
4.3. Туристская легенда «Скандинавская Биармия» как фактор продвижения и развития территории (на примере Севера Пермского края)	195
4.4. Легенды Кунгурской Ледяной пещеры как фактор эффективного туристского легендирования	202
4.5. Построение образно-географических карт Прикамья и г. Перми	215
4.6. Построение карты образно-географического «рельефа» Пермского края	226
Список литературы	239
Глоссарий	255

#### **ВВЕДЕНИЕ**

Сегодня, практически каждый регион мира и России обладает богатой многовековой историей, неповторимыми этническими сообществами, проживающими на вмещающей их территории, и комплексной познавательной системой мифов, сказок и легенд, к которым в последние годы проснулся необычайный интерес, на базе которого наблюдается устойчивый туристский спрос. Можно сказать, что современный турист едет именно на образы, продуцируемые туристскими дестинациями и ресурсами с тем, чтобы удовлетворить свою мотивацию ожиданий в части удивительного, загадочного и непознанного.

В описании географии обширных пространств, крупных территорий и конкретных мест использовать легенды и мифы стали значительно раньше зарождения туризма, как социально-экономического и культурного явления.

Во времена античности, описывая какую-либо территорию, ее жителей, их обычаи и традиции, древние авторы активно применяли гиперболу, используя в своих рассказах небылицы. Так писали Геродот, Гомер, Платон и многие другие, — эффект был поразительным! Никто уже не мог спутать одну землю с другой, мифы и легенды стали своеобразным знаком, если хотите «маркером», «индикатором», так что в последующие века эти античные сведения, за отсутствием иной информации, обрели роль исторических фактов!

Мифы, легенды и сказки, сегодня, как и во времена, остаются чрезвычайно важной основой для зарождения туристского мотива и совершения путешествий. Туристская легенда, взятая «на вооружение», часто превосходит по своей значимости реальную туристскую привлекательность территории. Например, долгое время творения Гомера «Илиада» и «Одиссея» считались вымыслом и исключительно литературными произведениями античности, до тех пор, пока во второй половине XIX века немецкий ар-

хеолог-дилетант Генрих Шлиман, следуя своей детской мечте и вере в миф, начал раскопки на холме Гиссарлык, которые привели к открытию легендарной Трои! Однако, современная археологическая Троя, как туристско-экскурсионный объект в Турции, мало кого впечатляет при непосредственном посещении. И быть бы этому археологическому комплексу тривиальным в череде других античных древностей, если бы не грандиозные сюжеты и эпизоды Троянской войны и ее героев.

Не менее значимым туристским мотивом к посещению Южного Средиземноморья и его многочисленных островов до сих пор остаются Диалоги Платона, в которых автор описывает существование и гибель таинственной страны Атлантиды около 12 тысяч лет назад. Греческие экскурсоводы и краеведы утверждают, что именно остров Санторин, а возможно и Крит, являются последними «осколками» Атлантиды. Наконец, уже научно доказан факт Великого потопа, который, в свою очередь, оказался библейским пересказом Шумерского мифа о Гильгамеше. Таким образом, сотни легенд и мифов по всему миру являются основой важнейших туристских мотивов и совершения миллионов путешествий ежегодно.

Все страны и континенты, доступные к посещению туристами, можно рассматривать как бесконечное «лоскутное одеяло» культурного ландшафта. И в каждом фрагменте — свой, во многом уникальный, а в чем-то имеющий характер международных параллелей, комплекс туристских легенд. Бесконечная череда пространственных образов, завораживающих любого туриста, позволяет рассматривать и каждый регион России как чрезвычайно перспективную территорию для развития внутреннего и въездного туризма.

Прикамье — это загадочное имя «Пермь», Пермский геологический период, уникальный Пермский звериный стиль, родина финнов и венгров, Великий серебряный торговый путь, легендарная страна скандинавских викингов Бьярмаленд. История русской колонизации и становления Православия, Пермская деревянная скульптура, Строгановы и поход Ермака, Демидовы и уникальная горнозаводская цивилизация, судьба Дома Романовых. Зачарованные клады, до сих пор охраняемые «белоглазой» чудью и множество современных легенд: от уфологии Молебского треугольника, до прибытия в Пермь будущего Президента США.

Можно с уверенностью утверждать, что подобный перечень мифов и легенд Пермского края способен привлечь любого, даже самого искушенного, зарубежного и отечественного туриста.

Туристское легендирование — это прикладное направление на методологической платформе культурной, гуманитарной, имажинальной и мифогеографии. Уже сегодня, в лице этой дисциплины, мы имеем дело с эффективным маркетинговым инструментом развития территории для целей культуры и туризма, так что отдельные туристские легенды по своей значимости и потенциалу могут превосходить самые известные овеществленные туристские объекты и ресурсы.

Зачастую приходится слышать мнения о том, что новейшие концепции культурной и гуманитарной географии не имеют прикладного значения, и становятся достоянием теоретических разработок в философии, культурологии и мифогеографии. Полагаем, что именно «Туристское легендирование» дает один из прикладных выходов в достижении роста туристской привлекательности территории.

Предлагаемое учебное пособие «Туристское легендирование: региональные аспекты (Пермский край)» представляет собой попытку не только объединить в себе многообразие современных тенденций и мнений в отечественной туристской науке, по вопросам «географического образа», «культурного ландшафта», «мифологизация пространства», но и предложить собственное видение прикладного значения «Туристского легендирования» в повышении туристской привлекательности территории.

Готовы принять все пожелания, комментарии и замечания от читателей.

П. С. Ширинкин (ethnic 1@yandex.ru)

#### ГЛАВА 1.

### ГУМАНИТАРНАЯ ГЕОГРАФИЯ КАК ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ БАЗИС ИССЛЕДОВАНИЯ ОБРАЗОВ ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

### 1.1. Междисциплинарные основы исследований образов географического пространства

Базовые понятия: географическое пространство, географический образ, культурная география, культурный ландшафт, когнитивная география.

«Бытие культуры в географическом пространстве неотделимо от процесса символизирования среды, неотъемлемо присущего человеческому сознанию, и выражается, прежде всего, в осмыслении пространства (в его абстрактном, космическом или географическом понимании) и осмыслении своего места в нем. Осмысление пространства имеет много уровней – от ассоциативного до сакрального. В результате складываются устойчивые представления о географических объектах или устойчивые культурно-значимые символы, имеющие разную степень пространственных коннотаций» [106, с. 123–124]. И. Т. Касавин продолжает: «Пространство и время в современном гуманитарном знании рассматривается как теоретико-познавательные категории» [86].

Феномен географического образа и полиморфность географического пространства изучает сразу несколько наук. В зависимости от используемой методологии, эти направления исследований можно объединить в четыре группы:

- философские;
- гуманитарно-научные;
- географические;
- естественнонаучные.

В философии исследуются онтологические и феноменологические основания образов географического пространства. В гуманитарно-научных работах рассматриваются закономерности формирования и развития географических представлений различного происхождения. В гуманитарной географии в целом изучаются особенности и закономерности формирования и развития географических образов и образно-географического пространства. В естественнонаучных трудах исследуются основы восприятия и воображения пространства. В ряде работ содержатся одновременно элементы разных методологий [64].

Философские науки. Для классических философских исследований пространственных категорий и их образов были характерны именно методологические подходы. Это относится как к древнегреческой и античной философии, например, трудам Аристотеля (исследования П. П. Гайденко, Ю. А. Асояна), так и к немецкой классической философии (И. Кант, Ф. В. Й. Шеллинг, Г. В. Ф. Гегель). В этих работах изучение образов географического пространства не было предметом особого интереса. К концу XIX в. методологическая ситуация в философии в значительной степени изменилась. Параллельно с развитием хорологической концепции в географии, в рамках которой земное пространство как таковое впервые стало предметом автономного научного интереса (труды К. Риттера и А. Геттнера), началось активное развитие феноменологических и онтологических исследований в философии, для которых характерен серьезный интерес к проблемам осмысления географического пространства. Изучение проблематики бытия и времени в трудах немецких философов Э. Гуссерля и М. Хайдеггера было прямо связано с попытками создания фундаментальных образов географического пространства. К середине XX в., уже в рамках французской феноменологии, образы географического пространства стали непосредственной основой ряда работ и определенных методологических достижений (М. Мерло-Понти, Ж.-П. Сартр) [64].

Тенденция была продолжена и развита в ином концептуальном измерении исследованиями французских структуралистов и постструктуралистов в 1950–1990-х гг., в которых рассматриваются не только образы географического пространства как таковые, но и предлагаются новые образы самой географии, базирующиеся на создании и использовании

целенаправленных географических образов (Ж. Делез, Ф. Гваттари, Ж.-Л. Нанси). Первоначально исключительно философские исследования стали распространять свой интерес на смежные области гуманитарных наук, что привело к появлению интересных междисциплинарных работ, затрагивающих содержательные и методологические аспекты формирования образов географического пространства. Отметим исследования мифологий и различных религиозных традиций, космогонических представлений на стыке философии, культурологии, этнологии, религиоведения и литературоведения (Г. Башляр, М. Элиаде, Р. Барт, М. Фуко, В. А. Подорога) [64].

Гуманитарные науки. Образы географического пространства разрабатывались и продолжают разрабатываться прежде всего в филологии и языкознании (школа Н. А. Арутюновой, А. Вежбицкая), фольклористике (В. Я. Пропп, Е. М. Мелетинский, С. Ю. Неклюдов, Е. С. Новик, Б. Н. Путилов, Н. И. Толстой, Т. В. Цивьян), психологии и этнологии (К. Гирц, С. В. Лурье, Д. С. Раевский), когнитивных науках (Е. Ю. Кубрякова, Е. В. Урысон), искусствознании (Г. З. Каганов, К. Кларк, А. Раппапорт, П. А. Флоренский), архитектуре (А. Г. Габричевский, Ш. Р. Шукуров), востоковедении (М. Гране, М. В. Исаева, А. А. Кроль), социологии (Г. Зиммель, А. Ф. Филиппов), истории, политологии и экономике (М. В. Ильин, А. И. Неклесса, Э. Г. Кочетов). Методологический импульс для проведения подобных исследований в этих областях знаний был создан трудами структуралистов, однако впоследствии подобные работы стали более разнообразными и глубокими, использующими собственный методологический потенциал [64].

В рамках исторических исследований важное значение имеют работы французской Школы Анналов. Один из лидеров этой Школы, Ф. Бродель дал начало геоисторическим исследованиям, в которых большое внимание уделяется образам географического пространства («Средиземное море и средиземноморский мир в эпоху Филиппа II», «Что такое Франция»).

**Филология и языкознание.** Изучение образов географического пространства связано с соотношениями языка и пространства, текста и пространства (М. М. Бахтин, Ю. М. Лотман, В. Н. Топоров), языка и географической карты (К. Бюлер). Большое внимание уделяется исследовани-

ям категорий и образов пути и путешествий, лексики, синтаксиса и грамматики, определяющих те или иные образы географического пространства. Очень часто это могут быть работы на стыке с другими гуманитарными дисциплинами, например, с искусствознанием и/или музыковедением (Е. Д. Андреева, Т. М. Николаева, Т. В. Цивьян).

Архитектурные и градоведческие исследования. Посвящены проблемам осмысления пространства и культурных ландшафтов (В. Л. Глазычев, Г. З. Каганов, К. Линч, Б. Рубл). Исследование метафизики Петербурга (Д. Л. Спивак) позволяет говорить о создании основ для развития образно-географического краеведения и градоведения [64]. В нашем случае здесь есть основы и для туристского легендирования, поскольку у Прикамья и его туристских центрах есть своя мало исследованная «метафизика».

Страноведение. Выделяются прежде всего труды в области межкультурной (кросс-культурной) коммуникации, изучающие закономерности и структуры индивидуальных и коллективных представлений разных народов друг о друге и о других странах (А. В. Павловская, Г. Г. Почепцов, С. В. Сопленков). Особенность таких работ – концентрация внимания на двух-трех образах, достаточно устойчиво характеризующих ту или иную страну и/или народ в определенную эпоху и становящихся надежной меткой, их точными координатами в культурном и ментальногеографическом пространстве. Важное значение имеют также исследования образов стран и ландшафтов в литературоведении и культурологии (Г. Д. Гачев, И. В. Кондаков, И. И. Свирида, Н. А. Хренов, С. Шама, М. Н. Эпштейн, М. Б. Ямпольский, В. В. Абашев), искусствознании (К. С. Егорова, А. В. Михайлов, Л. В. Мочалов, Г. Поспелов, В. А. Турчин), в которых на примерах литературных, живописных, графических произведений рассматриваются внутренние структуры и механизмы создания пространственных образов в культуре [64].

**Политическая география, геополитика и социология.** Авторы этих работ анализируют глобальные пространства и их крупные образы. Здесь следует упомянуть труды по регионализму, культурно-исторической и цивилизационной геополитике (А. С. Макарычев, В. Страда, В. Л. Цымбурский, И. Г. Яковенко), территориальной и национальной

идентичности (И. М. Бусыгина, И. П. Глушкова, А. В. Дахин, Л. Д. Гудков, Б. В. Дубин, М. П. Крылов, Д. Хусон).

Географические исследования. Первые работы появились в сфере географического страноведения. Со второй половины XIX в. - начала ХХ в. начинается содержательное и концептуальное развитие географического страноведения, которое стало ядром географической науки в целом. В рамках географического страноведения использование географических образов стало более эффективным, при этом само понятие географического образа стало более определенным и более структурированным. Описание и характеристика пейзажа в работах французской школы географии человека (О. А. Александровская, И. А. Витвер) – это, фактически, прямое выделение и структурирование географических образов местностей, регионов и стран. В контексте страноведческих работ данного периода понятие пейзажа или ландшафта является инвариантом географического образа, а сам географический образ становится непосредственным методологическим и теоретическим «инструментом» исследования в географической науке. Здесь следует упомянуть работы Б. Б. Родомана. Смысл пейзажного, так же как и образно-географического исследования заключается в выявлении и использовании наиболее ярких, запоминающихся черт, знаков, символов определенной местности, района и/или страны. В середине и второй половине XX в. в географической науке происходит переход в осмыслении методологической значимости понятия «географического образа». Это понятие «географического образа» в разных вариантах стало использоваться различными отраслями и направлениями физической и социально-экономической географии. Содержательное расслоение и дисциплинарная дифференциация географической науки позволили провести параллельные процедуры методологической адаптации этого понятия сразу в нескольких ключевых предметных областях географии [64].

В сфере физико-географических исследований выделяется геоморфология, в рамках которой разработаны наиболее детальные и содержательные процедуры дистанцирования от предмета самого исследования; значительная часть концептуальных моделей в геоморфологии, как классических, так и современных (В. Дэвис, В. Пенк, Ю. Г. Симонов, И. С. Щукин).

В *картографии* развитие образно-географических исследований прямо связано с изучением семиотики и семантики географических карт и картографических моделей (А. Володченко, О'Кадла, Ю. Ф. Книжников, А. А. Лютый, М. Эдни). Новой для традиционной картографии является тема виртуальных геоизображений (А. М. Берлянт).

Понятие «географического образа» в сфере гуманитарной географии было рассмотрено в географии населения и географии городов (Г. М. Лаппо, Д. Покок, Р. Хадсон), социальной географии (Р. Джонстон, Э. Соджа, Р. Сэк), поведенческой географии (Дж. Голд, Р. Голлидж, К. Кокс), культурной географии (Ю. А. Веденин, С. Дэниэлс, Д. Косгроув, О. А. Лавренова, И-Фу Туан, Р. Ф. Туровский), политической географии и геополитике (В. А. Колосов, О'Туатайл), географической глобалистике (Ю. Г. Липец) и наконец, когнитивной географии (Н. Ю. Замятина, С. Косслин, М. Эгенхоффер) [64].

Наиболее интересные работы и моделирование географических образов характерны сегодня для культурной географии, особенно для исследований культурных ландшафтов. Определенный уровень и своеобразие самой культуры выступают непременным условием качества создаваемого синтетического образа культурного ландшафта страны, района или местности, но и сами вновь созданные географические образы как бы пронизывают определенную культуру, придают ей неповторимость и уникальность [64].

Естественнонаучные исследования. Здесь представлены исследования сенсорных систем в рамках естественнонаучного знания. Изучение структур пространственного зрения (В. М. Бондарко, Л. И. Леушина, Ю. Е. Шелепин), закономерностей восприятия пространства в психофизиологии и физиологии движения (В. Л. Деглин, Ю. П. Леонов, Н. Е. Пинхасик) позволяет, с помощью аналогий, понять специфику процессов, способствующих формированию образов географического пространства. Главный интерес в обнаружении механизмов перехода от статичных к динамичным образам и механизмов сосуществования различных образов в панорамном зрении.

В *психологии* ощутимый специальный интерес к изучению образов географического пространства возник первоначально в 1910–1920-х гг., в рамках быстро развивавшейся гештальт-психологии. Затем, начиная с

1930-х гг., эти образы стали также интенсивно исследоваться в работах, придерживавшихся концепции бихевиоризма (прежде всего ментальные карты), и довольно сильно повлиявших на становление поведенческой географии (Р. Кичин, С. Милграм). 1960-е годы ознаменовались психологическими исследованиями образов географического пространства и сразу стали междисциплинарными: на стыке с языкознанием и филологией, теорией искусственного интеллекта (Т. И. Вендина, Т. Я. Елизаренкова, Е. Ю. Кандрашина, М. Минский, Д. А. Поспелов). Благодаря этому процессу началось развитие новой научной области – когнитивной психологии (В. М. Величковский, Р. Солсо), а затем и когнитивной науки (науки о закономерностях познания, формирующейся на стыке языкознания, психологии, политологии и социологии) (В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова, Е. А. Рахилина), в которой значительное место заняли исследования ментальных и ментально-географических пространств [64].

Становление когнитивной науки, в свою очередь, в 1990-х гг. заложило основы когнитивной географии.

Таким образом, существует научная база, необходимая для анализа поставленной проблемы. Представления, сложившиеся в рамках отдельных предметных областей, содержат достаточно материала не только для культурологического обобщения, но и разработки прикладных направлений. Именно в сфере гуманитарной географии лежат методологические основы мифологизации пространства и использования прикладного направления «Туристское легендирование».

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Перечислите, какие четыре группы методологических направлений исследований занимаются изучением образов географического пространства.
- 2. Дайте краткую характеристику каждой группе, назвав наиболее известных специалистов в этих направлениях.
- 3. Перечислите, какие разделы непосредственно географической науки занимаются исследованием образов географического пространства.

### 1.2. Гуманитарная география как теоретикометодологический базис туристского легендирования

### 1.2.1. Гуманитарная география: понятие, эволюция, межнаучное взаимодействие

Базовые понятия: гуманитарная география, гуманистическая география, общественная география, культурный и этнокультурный ландшафт, региональная (пространственная) идентичность, локальный миф.

Термин «гуманитарная география» был предложен в 1984 году советским географом Д. В. Николаенко [129]. Однако, в советской общественной географии этот термин не прижился. С 90-х гг. ХХ в. это словосочетание является самоназванием школы географа и культуролога Д. Н. Замятина [64]. За рубежом этот термин не используется, поскольку там есть следующие устойчивые формулировки: «гуманистическая география» и «общественная география». Ю. Н. Гладкий считает, что Д. Н. Замятин «некорректно приватизировал» термин, подменяя его когнитивной географией. Сам Ю. Н. Гладкий понимает под гуманитарной географией зарубежный аналог общественной географии и предлагает понятие «общественно-гуманитарной географии» [45].

Гуманитарная география — междисциплинарное направление, изучающее различные способы представления и интерпретации земных пространств в человеческой деятельности, включая мысленную (ментальную) деятельность [60].

Базовые понятия гуманитарной географии по Д. Н. Замятину:

- культурный (и этнокультурный) ландшафт;
- географический образ;
- региональная (пространственная) идентичность;
- пространственный или локальный миф (региональная мифология) [60].

Понятие «гуманитарная география» тесно связано и пересекается с понятиями:

- «культурная география»;
- «география человека»;
- «социокультурная (социальная) география»;
- «общественная география»;

- «гуманистическая география» [60].

По мнению Д. Н. Замятина первоначально гуманитарная география развивалась в рамках антропогеографии (начало XX в.), позднее — в рамках экономической и социально-экономической географии (с 1920-х гг.). Значительные научные достижения в понимании цели и задач гуманитарной географии связаны с развитием культурного ландшафтоведения, географии населения, географии городов, географии туризма и отдыха, культурной географии, поведенческой (перцепционной) географии, географии искусства [48, 31, 144, 80, 169, 105, 158].

В начале XXI в. понятие «гуманитарная география» часто воспринимается как синоним понятия «культурная география». Однако, в отличие от культурной географии, гуманитарная география:

- 1) включает различные аспекты изучения политической, социальной и экономической географии, связанные с интерпретациями земных пространств;
- 2) позиционируется как междисциплинарная научная область, не входящая целиком или основной своей частью в комплекс географических наук;
- 3) смещает центр исследовательской активности в сторону процессов формирования и развития ментальных конструктов, описывающих, характеризующих и структурирующих первичные комплексы пространственных восприятий и представлений [60].
- По Д. Н. Замятину получается, что предмет гуманитарной географии шире, чем у культурной географии.

К научно-идеологическому ядру гуманитарной географии можно отнести (по Д. Н. Замятину):

- культурное ландшафтоведение;
- образную (имажинальную) географию;
- когнитивную географию [70];
- мифогеографию [120];
- сакральную географию [60].

Гуманитарная география развивается во взаимодействии с такими научными областями и направлениями как:

- когнитивная наука;
- культурная антропология;
- культурология;

- филология;
- политология и международные отношения;
- геополитика и политическая география;
- искусствоведение;
- история;
- этнология и этнография.

Тем не менее, большинство специалистов считают, что культурная география может считаться более широкой сферой исследований, тогда как гуманитарную географию следует рассматривать в качестве перспективной научной школы, локомотивом которой сегодня в России являются работы Д. Н. Замятина.

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Почему в отечественной географической науке термин «гуманитарная география» считается сегодня не устоявшимся и концептуальным?
- 2. Перечислите все базовые понятия гуманитарной географии, выделяемые Д. Н. Замятиным. Дайте определение каждого из них.
- 3. В каких сложных методологических взаимосвязях находятся «культурная» и «гуманитарная» географии? Каково ваше мнение по данной проблеме. Ответ обоснуйте.

### 1.2.2. Имажинальная география как когнитивное ядро гуманитарной географии

Базовые понятия: имажинальная география, образная география, географический образ, семантика, образно-географическое картографирование, метапространство.

Имажинальная или образная география — междисциплинарное научное направление в рамках гуманитарной географии [60]. Имажинальная география изучает особенности и закономерности формирования географических *образов*, их структуры, специфику их моделирования, способы и типы их репрезентации и интерпретации. Она развивается на стыке (по Д. Н. Замятину):

- культурной географии;
- культурологии;
- культурной антропологии;

- культурного ландшафтоведения;
- когнитивной географии;
- мифогеографии;
- истории;
- философии;
- политологии;
- когнитивных наук;
- искусствоведения;
- языкознания и литературоведения;
- социологии;
- психологии.

Термин «имажинальная география» пока нельзя считать устойчивым. С этим согласен Д. Н. Замятин, предлагая список синонимичных названий:

- образная география;
- география воображения;
- имагинативная география;
- имажинальная спациология;
- философическая география [60].

В семантическом отношении наиболее широким термином является термин «образная география», наиболее узким — «география воображения» (этим термином могут обозначаться различные дисциплинарные — филологические, психологические, политологические и т.д. — case-study в рамках общей тематики имажинальной географии) [3, 4, 10, 36, 11, 20, 32, 38, 41, 48, 58, 148, 177, 189, 195, 197, 198].

Д. Н. Замятин предлагает один из базовых методов имажинальной географии – *образно-географическое картографирование*. В концептуальное поле имажинальной географии у него входят такие хорошо известные и разработанные понятия гуманитарных наук, как:

- «гений места»;
- «поэтика пространства»;
- «гетеротопия»;

а также основные понятия гуманитарной географии:

- локальный миф (пространственный миф);
- региональная идентичность (региональное самосознание);
- культурный ландшафт (ландшафт, этнокультурный ландшафт).

В понятийный аппарат имажинальной географии Д. Н. Замятин также включает понятия:

- образно-географической системы;
- образного пространства (образно-географического пространства);
- ментально-географического пространства;
- метапространства [60].

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Попробуйте дать собственное определение имажинальной географии.
- 2. Сформулируйте определение для понятия «гений места», подкрепите ответ географическими примерами.
- 3. Какие еще термины имажинальной географии Д. Н. Замятин относит к понятийному аппарату?

### 1.3. Культурная география: эволюция научных направлений, школы и персоналии

Базовые понятия: эволюция, культурная география, научные школы, персоналии, гуманитарная география, сакральная география.

Для понимания всей широты и многообразия направлений, школ, работ и персоналий предлагаем ознакомиться с общим обзором развития культурной географии, составленным М. С. Уваровым.

Культурная география возникла в первой трети XX века в качестве направления развития социально-экономической географии. Считается, что научное направление основано Карлом Зауэром в 30-е гг. XX века (США), а существенный вклад в становление культурной географии внесли Ричард Хартшорн и Вильбур Зелинский. В России в силу известных исторических событий на протяжении XX века культурной географии уделялось недостаточно внимания. И хотя традиционно она все еще относится к разделу географических наук, в последние 25 лет к разработке этого направления активно подключились журналисты, философы и культурологи. Поэтому сегодня можно говорить о том, что культурная и гуманитарная география является междисциплинарным научным полем,

в котором есть большие перспективы для наращивания научных исследований [172, с. 1].

В отечественной науке предлагается различать:

- 1) фундаментальные исследования: Ю. М. Лотман, В. Н. Топоров, Р. О. Якобсон, Д. С. Лихачев, С. С. Аверинцев, М. М. Бахтин, А. Я. Гуревич, М. С. Каган и др.;
- 2) исследования по культурной и гуманитарной географии: Ю. А. Веденин, Р. Ф. Туровский, В. Л. Каганский, В. Н. Калуцков, А. Г. Дружинин, Д. Н. Замятин, В. П. Максаковский, М. В. Рагулина и др.

Существует разница между понятиями культурная и гуманитарная география. Д. Н. Замятин считает, что гуманитарная география это более широкое понятие, «поглощающее» культурную географию, поскольку понятие «гуманитарная» шире понятия «культурная», а науки о культуре это часть гуманитарных наук. В тоже время постоянное наличие пространства как базовой категории не позволяет, по мнению М. С. Уварова, считать культурную географию частью культурологического знания.

- М. С. Уваров предлагает взглянуть на вопрос иначе различать как минимум гуманитарную, культурную и сакральную географию. А с точки зрения современного культурологического знания говорить о четырех разновидностях культурной географии с точки зрения гносеологического и иерархического уровней:
- 1. *Макроуровень*: [Новая] культурная география ([new] cultural geography).
  - 2. Микроуровень: Гуманитарная география (human geography).
  - 3. *Метауровень*: Поэтическая география (геопоэтика geopoetics).
  - 4. Сакральный уровень: Сакральная география (sacral geography).

По сути, М. С. Уваров преодолевает замечание Ю. Н. Гладкого и переводит гуманитарную географию Д. Н. Замятина из разряда школы в ранг перспективного научного направления.

Д. Н. Замятин так высказывает свою точку зрения. Гуманитарная география — междисциплинарное научное направление, изучающее различные способы представления и интерпретации земных пространств в человеческой деятельности, включая мысленную (ментальную) деятельность. Базовые понятия, которыми оперирует гуманитарная география, — это культурный ландшафт (также этнокультурный ландшафт), географический образ, региональная (пространственная) идентичность, простран-

ственный или локальный миф (региональная мифология). Понятие «гуманитарная география» тесно связано и пересекается с понятиями «культурная география», «география человека», «социокультурная (социальная) география», «общественная география», «гуманистическая география». В начале XXI в. понятие «гуманитарная география» часто воспринимается как синоним понятия «культурная география». В отличие от культурной географии, гуманитарная география:

- 1) может включать различные аспекты изучения политической, социальной и экономической географии, связанные с интерпретациями земных пространств;
- 2) позиционируется как междисциплинарная научная область, не входящая целиком или основной своей частью в комплекс географических наук;
- 3) смещает центр исследовательской активности в сторону процессов формирования и развития ментальных конструктов, описывающих, характеризующих и структурирующих первичные комплексы пространственных восприятий и представлений [62].

На синтетическом понимании концепта «культурная география» настаивают многие западные исследователи (обзор их точек зрения см. далее). Например, один из авторитетных англоязычных сайтов дает такие базовые определения: «Культурная география является одной из двух основных ветвей географии (наряду с физической географией) и часто обозначается как географии человека» (курсив М. С. Уварова) [172].

Культурная география занимается изучением многочисленных аспектов культуры, обнаруживаемых по всему миру и то, как они связаны с пространствами географическими точками, в которых происходят культурные события, и вместе с тем исследует то, как люди перемещаются по различным направлениям. Некоторые направления культурной географии особое внимание уделяют изучению языка, религии, различных экономических и государственных структур, искусства, музыки и других культурных аспектов, которые объясняют, как и/или почему люди существуют в тех районах, в которых они живут. Глобализация становится в этом смысле тем важным фактором, основываясь на котором различные культурные явления легко «путешествуют» по всему миру. Сегодня, культурная география имеет практическое значение и в более специализированных областях, таких как феминистская география, дет-

ская география, туризм, урбанистическая географии, гендерная география и политическая география. Она развивается с целью изучения разнообразных культурных практик и человеческой деятельности, – в той степени, в какой они пространственно связаны между собой [223]. Англоязычная Википедия считает культурную географию (Cultural geography) разделом географии гуманитарной (Human geography).

Как представляется М. С. Уварову, тематическое разделение внутри общей проблематики культурной географии почти всегда связано не с принципиальными отличиями в методологических установках или же в предмете исследования. Чаще речь идет о конкуренции различных научных школ и направлений, борьбе за приоритет и т. д. Для российской науки вообще типично вести активную полемику с целью «отгородить» и выделить собственный объект и предмет.

Сакральная география. В последние годы все более актуальными становятся исследования по так называемой «сакральной географии». Здесь особых споров по поводу ее соотношения с другими «географиями» не возникает. Сакральная география постепенно выделяется в особую область исследования, ее принято считать одним из разделов культурной географии. Большинство работ, написанных в этом жанре, являются вполне культурологическими по содержанию и синтезируют такие области культурного познания, как художественное творчество, религиозное искусство и философия, культурно-исторические исследования и т.д. [172].

Среди зарубежных исследований по культурной и гуманитарной географии можно говорить о более глубоких и многолетних традициях. В целом, в большей интенсивности публикаций, многообразии тем и направлений, в западном научном сообществе, практически отсутствуют специальные споры по объектно-предметной сущности и сферам влияния не только между культурной и гуманитарной географией, но и между географией, культурологией и философией вообще [213, 214].

За рубежом есть немало значимых монографий. Среди специалистов следует назвать: Дон Митчелл, Харальд Батлер, Марианн Фельдман, Дитер Ф. Коглер, К. Андерссон, М. Домош, С. Пайл, Н. Трифт, Фабиан Йоханнес, В. М. Деневан и Кент Мэйфсон, Пийт Ричард, Зелинский Вильбур, Дэвид Аткинсон, Дж. С. Дункан, Кристина Джонсон, Ричард Н. Шайн.

Среди отечественных специалистов можно назвать последние работы: М. В. Рагулиной, В. Н. Калуцкова, О. А. Лавреновой [139, 105, 81].

Среди монографических исследований: Г. Д. Гачев, Б. Б. Родоман, В. Л. Каганский, О. А. Лавренова, В. В. Абашев, Е. Г. Трубина, А. М. Лидов, Д. Н. Замятин и др. Во многом в лице этих исследований можно говорить не только об уникальном авторском видении, но и перспективных научных направлениях и сформировавшихся научных школах. Представим ниже их краткий обзор и характеристику.

Известный отечественный философ и культуролог  $\Gamma$ . Д. Гачев посвятил свои книги анализу национальных образов мира в динамике, при этом официально работы автора никогда исключительно не относились к проблематике культурной географии. Но большинство авторов, пишущих в этом направлении, обязательно упоминают  $\Gamma$ . Д. Гачева и его культурно-географические образы различных регионов мира. В частности, идеи автора можно описать в его собственных тезисах:

- 1. Проблема касается Целого. Оно постижимо лишь совместными усилиями рассудочного и образного мышления, и потому работа здесь идет «мыслеобразами».
- 2. Исследование одушевлено пафосом интернационализма и равноправия: в оркестре мировой культуры каждая национальная целостность дорога всем другим и своим уникальным тембром, и гармонией со всеми.
- 3. Каждый народ видит Единое устроение Бытия (интернациональное) в особой проекции, которую я называнию «национальным образом мира». Это вариант инварианта (единой мировой цивилизации, единого исторического процесса).
- 4. Всякая национальная целостность есть Космо-Психо-Логос, то есть единство национальной природы, склада психики и мышления.
- 5. Природа каждой страны есть текст, исполнена смыслов. В ходе труда за время Истории конкретный народ разгадывает зов и завет Природы и создает Культуру.
- 6. Природа и Культура находятся в диалоге: и в тождестве, и в дополнительности: Общество и История призваны восполнить то, чего не даровано стране от природы.
- 7. Национальное (как и этнос, и язык) подвержено социальным, классовым дифференциям, растяжениям и расколам, но это проблема второго этапа и высшего пилотажа; сперва же нужно выяснить, что может стать раскалываемо.

- 8. Национальный образ мира сказывается в пантеонах, космогониях, просвечивает в наборе основных архетипов-символов в искусстве. Ближайший к нам путь анализ национальной образности литературы и рассмотрение чрез нее всей толщи культуры, включая и естествознание как тексты научной литературы [38].
- Б. Б. Родоман автор концепции «поляризованной биосферы» (поляризованного ландшафта), внес значительный вклад в рекреационную географию. Все труды этого автора также, безусловно, нельзя отнести к исключительно гуманитарной географии, однако в данном учебном пособии особое внимание будет уделено статье Б. Б. Родомана «Вдохновляющее заречье», где представлено непосредственное отношение к культурной и гуманитарной географии [142, 143].

Работы Б. Б. Родомана в сфере культурной географии интересны не только своей оригинальностью, инновационным видением, но и прикладным значением, поскольку выводы автора можно применять к выбору аттрактивных видов в ландшафтной среде и образов культурного ландшафта территории, а затем использовать их в проектировании турмаршрутов, разработке экскурсий и в туристском легендировании вообще. Речь идет о комплексе типичных ощущений, возникающих у туриста от нахождения на «ландшафтных рубежах контрастности» [72] и созерцания окружающего пространства. По сути, Б. Б. Родоман предлагает свою туристскую систему чтения «культурного ландшафта».

Автор предлагает понятийный аппарат: «анатомия местности»; «заречье «дикое и безлюдное»; «ландшафтный балкон города»; «заречье и небо»; «заречные маяки»; «заречье как заграничье»; «обманчивая тишина»; «утрата заречья» [142, 143].

Важными для понимания типичных восприятий туриста и человека вообще являются следующие аспекты, которые дополним собственными комментариями, применительно к образам Пермского края. Тем более, что Б. Б. Родоман несколько раз бывал в Прикамье и созерцал аттрактивные ландшафтные образы.

Привлекательность ландшафтов, находящихся за рекой (заречье), по мнению Б. Б. Родомана, прозаична: «Из-за отсутствия моста река служит непреодолимой преградой большую часть года» [142, 143].

Для восприятия заречья нужно три элемента:

1) город – привычная для большинства туристов среда;

- 2) природа и собственно река, это в совокупности и приводит к появлению особых впечатлений у туриста;
- 3) направление реки: она должна «уходить вдаль» (направо и налево), должны быть видны оба берега ближний (городской) и дальний (заречный), долина обязательно должна быть ассиметричной, а место обзора должно находиться на высоком берегу.

Отметим, что Прикамье за счет частичного расположения в Предуралье имеет чрезвычайно благоприятные возможности (перепад высот) для организации смотровых площадок и обязательного направления туда туристских потоков. Уникальных образов — «вдохновляющих заречий» в Прикамье предостаточно, при этом многие из подобных локалитетов богаты народным фольклором, мифами и легендами.

«Заречье» ценно не только своими психо-терапевтическими функциями, но и по сути это важный для локалитета туристский ресурс. Б. Б. Родоман считает, что в любом случае это уже красивый антиурбанистический миф [142, 143].

Высокий коренной берег — это «ландшафтный балкон» и возможность почувствовать себя в перспективно иных условиях: «На ландшафтном балконе зритель парадоксальным образом одновременно и возвышается над простирающимся ландшафтом, и склоняется перед его величием, которое само по себе есть результат большого преувеличения, когда желаемое принимается за действительность» [142, 143].

В Прикамье и г. Перми таких «ландшафтных балконов» предостаточно: смотровая площадка над Егошихинским логом возле пермского Планетария; виды с камней Писаный, Ветлан и Дыроватый на Вишере, Тулым, Чувал, Колчимский (Помяненный) и Полюд в Красновишерском районе, камень Ермак на Сылве и т.д. К таким «ландшафтным балконам» можно причислять и церковные колокольни храмов г. Перми и Пермского края. В большинстве случаев церкви стоят по традиции на возвышенностях, а во многих муниципалитетах географически наследуют центры языческих капищ в прошлом у коренных народов. Служители русской православной церкви знают о желании туристов посетить колокольни и насладиться видом окружающих пространств. В этом аспекте кроется еще один мощный ресурс знакомства с образами в центрах и территориях Прикамья.

Аттрактивность многим ландшафтам в России и в Прикамье, в частности, дают атмосферно-климатические и космические явления, например, такие как смена дня и ночи, созерцание туристами восхода и заката, северное сияние и т.д. Например, четкость видимости контура камня Полюд на горизонте издревле используется жителями г. Чердынь в качестве предсказания погоды в краткосрочном периоде [180].

Заречные «маяки» Б. Б. Родомана – естественные и искусственные объекты: «горы, холмы, здания, сооружения, которые, в виду своей редкости и единственности, притягивают взор...» [142, 143]. Б. Б. Родоман предлагает три плана восприятия образов в зависимости от удаленности объекта от наблюдателя (дальний, средний и ближний). В частности, названный камень Полюд он относит к среднему плану, – удаленность и относительная недоступность Полюда для туриста позволяет мыслить любые образы. К тому же экскурсоводы весьма содействуют этому процессу. Наблюдателю начинает казаться, что за Колвой у подножия Чердынских холмов, по прежнему, за Полюдом простирается территория язычников, варваров, племен, «до сих пор» живущих в Природе. Колва выступает также своеобразной границей христианского, православного мира и территорией язычества. При этом сегодня эти ощущения приходят каждому, хотя от реальных исторических событий современных гостей чердынской земли отделяет почти 500 лет. Все пространство за Колвой, включая Полюд и бескрайние таежные просторы, туристом домысливается в чем-то индивидуально, а в чем-то типично, но в целом ничего кроме встречи со сказкой, мифом и легендой там, за пермским горизонтом, не ожидается.

Интересно дополнение Б. Б. Родомана о «звуковом сопровождении» посещаемого туристом культурного ландшафта. Для жителя городской среды снижение уровня шума вплоть до звенящей тишины в «заречье» создает хорошую психологическую готовность к восприятию туристского продукта практически в любом возрасте и уровне образования путешественника. О роли звука в этом процессе пишет и О. А. Лавренова, называя это явление «звук ландшафта» [106, с. 133]. Это интересная тематика еще недостаточно исследована и может найти свою практическую реализацию в самых разнообразных туристских мероприятиях, в частности, в многочисленных фестивалях музыкального плана под открытым небом («Паруса на закате», г. Губаха, Пермский край; «Белые ночи в Перми»).

Крупные лесные массивы также прекрасная основа для «встречи с тайной». Но если во многих регионах России в лесах обычно находятся объекты военной и государственной тайны, а также учреждения исправительной системы, то в Прикамье большинство жителей уверены в том, что в лесу до сих пор продолжает жизнедеятельность таинственная чудь [21].

Последователем Б. Б. Родомана традиционно считают В. Л. Каганского, который занимается культурным ландшафтом, теорией путешествий и феноменом разного рода «границ». Ландшафт, по мнению В. Л. Каганского, оформлен и в той сфере его существования, которую сейчас принято называть ментальностью. Образы ландшафта, в том числе образы концептуальные, его «автопрезентации», образы-и-мифы — его компонент, особая часть не менее важная и не менее прочная, нежели все остальные. Это отнюдь не придаток и не довесок к телесности ландшафта, напротив: большинство людей живет именно и прежде всего в этой реальности образа, мифа; для большинства людей фазовое пространство жизненнее ландшафтного. Собственно, в ландшафте мало кто живет. Персонаж «автор — житель ландшафта; тексты — рассказы путешественника по миру ландшафта [79].

- В. Л. Каганский придерживается широкого понимания термина «культура», так что география как научная дисциплина выступает в качестве одной из сфер человеческой культуры, а культурный ландшафт есть одновременно научный и культурный феномен и в тоже время предмет. Подходы к пониманию культурного ландшафта в работах автора можно представить в виде следующих аспектов (по В. Л. Каганскому):
- соотнесение (сопоставление или противопоставление) культурного и природного ландшафта;
- культурный ландшафт как единство природных и культурных компонентов;
- существенная зависимость человеческой деятельности от природной основы;
- активное взаимодействие человеческой деятельности и природной среды;
- существенное преобразование этой деятельностью природного ландшафта;
  - пространственная структура культурного ландшафта;
  - наличие функций культурного ландшафта в культуре.

Ряд аспектов присущ только некоторым подходам:

- образы и символы ландшафта его особый семиотический компонент:
- эстетический (эстетика и дизайн ландшафта формируются как направления, причем в основном вне рамок географии);
- синтетически-ценностный (обязательность синтеза компонентов, сотворчество человека и природы);
  - этический аспект;
  - сакральный аспект [79].

Особое место в культурной географии занимают работы О. А. Лавреновой. По ее мнению, культурный ландшафт – проблемное поле взаимоотношения культуры и пространства, пространственных характеристик культуры; это часть семиосферы, где знаками выступают географические объекты, топонимы, гидронимы. В ней огромное значение имеют созданные культурой смыслы географического пространства. Культура заново структурирует пространство своего обитания, и представления о среде превращаются в знаковую систему. Таким образом, знаковая система, создаваемая культурой, генетически связана с базовыми установками и кодами культуры. Реализуясь в пространстве, любая культура становится пространственным явлением, которые невозможно изучать без опоры на концепты ноосферы и пневматосферы. О. А. Лавренова работает в ярко выраженной семиотической и культурно-философской методологии, в частности, она занималась анализом различных географических пространств, включая семиотику Санкт-Петербурга, Москвы и Перми [172].

Одним из родоначальников исследований пермских образов считают В. В. Абашева [1]. Согласно авторской концепции, Пермский текст включает в себя широкий спектр «внутренних текстов», характерных для исторически важных геокультурных пространств. Анализируя разнообразные письменные источники от Епифания Премудрого до Б. Л. Пастернака и современных самиздатовских стихов, В. В. Абашев включает в понятие Пермского текста особенности ландшафта, истории, географии, повседневного уклада жизни г. Перми и Прикамья в их семиотическом горизонте. Анализ локальных текстов Перми последнего

столетия приводит к выводу о взаимодействии различных семиотических координат культурного текста. Авторская точка зрения состоит в том, что для развития современной культуры в целом характерно укрупнение объектов изучения. Город как феномен культуры и социальной жизни вызывает все возрастающий интерес, как среди обывателей, так и со стороны историков, антропологов, социологов, политологов, географов и культурологов. Работы В. В. Абашева раскрывают многие аспекты семиотики города и Прикамья в целом [172, с. 12].

Е. Г. Трубина работает в урбанистической теории, рассматривая как классические, так и современные теории городов. По мысли автора, в ходе фиксации европейской философией и социологией масштабных социальных трансформаций современности город выступает как одна из самых репрезентативных частей общества, олицетворяя собой взаимосвязь индустриализации и урбанизации, отчуждения и нормализации.

В последние годы приобретают все больший вес работы, связанные с проблемами сакральной географии. Большинство исследователей, как уже отмечалось, полагают, что сакральная география является особым разделом культурной географии, связанным с изучением особых культурных пространств различного религиозного наполнения.

Границы сакрального священного в современной культуре не всегда фиксируются точно. Эта особенность проявляется, в частности, в способности нашего современника беспрепятственно совершать «номадическое движение»: пересекать культурные и географические границы, перемещаться из одного культурно-религиозного центра в другой, то есть быть гражданином мира, человеком культуры. Религиозные модификации, присущие миру без границ, накладывают особые обязательства на всех участников этого культурно-географического процесса. Одной из показательных концепций в рамках сакральной географии является работа А. М. Лидова [109]. Наиболее общей является концепция «иеротопии», согласно которой создание сакральных пространств должно быть рассмотрено как особая сфера творчества и самостоятельная область исторических исследований. На основе всех доступных источников реконструируются конкретные проекты «пространственных икон» и выявляются характерные «образы-парадигмы», одновременно предлагается новый взгляд на целый пласт явлений художественной культуры, ранее не попадавших в предметный мир истории искусства. По мнению автора, почти полное отсутствие научных работ в данном направлении во многом связано с тем, что в современном языке нет адекватного термина-понятия, обозначающего эту сферу деятельности. Широко распространенный термин «сакральное пространство» не мог в полной мере соответствовать задаче, поскольку он имеет слишком общий характер, описывая практически всю сферу религиозного. Несколько лет назад было предложено новое понятие – «иеротопия». Сам термин построен по принципу сочетания греческих слов «иерос» (священный) и «топос» (место, пространство, понятие), точно также как и многие слова, укоренившиеся в современном сознании за последние сто лет (к примеру, иконография). Суть понятия может быть сформулирована следующим образом: иеротопия - это создание сакральных пространств, рассмотренное как особый вид творчества, а также как специальная область исторических исследований, в которой выявляются и анализируются конкретные примеры данного творчества. Задача иеротопии состоит в осознании существования особого и весьма крупного явления, нуждающегося в определении границ его исследовательского поля и разработке специальных методов изучения [172].

В лице Д. Н. Замятина можно говорить о серьезной отечественной школе в рамках гуманитарной географии, а, по мнению многих — новым методологическим вызовом. С точки зрения Д. Н. Замятина, на протяжении всей своей истории география была по преимуществу естественной наукой, не чуждой, однако, искусству. Географы никогда не забывали об образах мест и территорий, о красоте самого земного пространства. Пространством самим по себе география заинтересовалась совсем недавно — лишь в первой половине XIX века, когда немецкий географ Карл Риттер сформулировал методологические основы изучения земных пространств, оставаясь в течение XIX—XX веков во многом естественной наукой, география постепенно наращивала свои гуманитарно-научные возможности и «амбиции», пытаясь понять законы человеческого восприятия и преображения Земли.

К гуманитарной географии Д. Н. Замятина есть несколько вопросов, связанных с интерпретацией соотношения культурной, поэтической и гуманитарной географии. Автор говорит о том, что их поля пересекают-

ся между собой, — однако конкретный анализ показывает, что, по мнению Д. Н. Замятина, гуманитарная география, по сути, поглощает и замещает собой географию культурную, с чем, как уже говорилось выше, трудно согласится. Впечатляет пласт проблем, которые автор вводит в сферу гуманитарной географии, помимо геополитического и геокультурного дискурсов, автор привлекает материал из истории художественной культуры, урбанистики, философии и культуры постмодерна, и в таком понимании, считает М. С. Уваров, гуманитарная география, скорее, становится одной из разновидностей культурологических дисциплин, чем самостоятельной областью исследования [172].

Расширение и углубление пограничных с географией областей общественно-научного и гуманитарно-научного знания — таких, как геополитика, геоэкономика, геоистория, гео-культурология, исследования регионального самосознания, кросскультурные межстрановые исследования — ставит перед современной географией задачи расширения и углубления предмета и объекта исследований.

Полагаем вполне логичным подвести итоги обзора развития современного состояния культурной географии в части исследования образов географического пространства по М. С. Уварову:

- 1. Культурная география охватывает самый широкий спектр социально-гуманитарных дисциплин, связанных с идеей культуры.
- 2. Культурная география обретает свою идентичность как междисциплинарное направление, объектом изучения которого является как пространственное многообразие культур, так и проблема их локализации в различных регионах Земли.
- 3. Тема культурной географии представляется достаточно универсальной в общегуманитарном горизонте, поэтому требуется тщательный анализ методологических проблем в части концепта «культурная география» и перспективах развития семантики культурного пространства.
- 4. Географическое пространство неотделимо от созданных культурой образов и символов, обретающих характеристики целостной системы, которую можно обоснованно рассматривать как «пространство и время культурной географии».

5. В зарубежных работах больше внимания уделяется культурной антропологии, экономической и политической географии, без борьбы и конкуренции в сфере объектно-предметной сущности [172].

По мнению М. С. Уварова существует настоятельная необходимость для тесного взаимодействия культурологов, философов и специалистов по культурной географии для философско-культурологического осмысления проблем культурной географии и установления общих методологических точек пересечения и соприкосновения.

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Расскажите о периоде становления и развития культурной географии.
- 2. Какие два направления исследования в культурной географии предлагается выделять? Почему?
- 3. Какие четыре разновидности культурной географии предлагается различать? Почему?
- 4. В чем принципиальная разница в зарубежном и отечественном подходе к исследованию в сфере культурной географии.
- 5. В чем суть концепции Б. Б. Родомана «Вдохновляющие заречья»? приведите примеры таких мест в Пермском крае и г. Перми.
- 6. В чем главные характерные черты концепции культурного ландшафта В. Л. Каганского?
- 7. Как понятие «культурный ландшафт» трактует О. А. Лавренова? Попробуйте дать собственную развернутую формулировку этому понятию.
- 8. Расскажите, в каких важнейших аспектах можно описать современное состояние культурной географии (не менее трех).

#### Глава 2.

# ОБЗОР БАЗОВЫХ КОНЦЕПЦИЙ, ПОНЯТИЙ, МЕТОДОВ И НАПРАВЛЕНИЙ ГУМАНИТАРНОЙ ГЕОГРАФИИ

### 2.1. Концепции «культурного ландшафта» и «этнокультурного ландшафта»

Базовые понятия: географический ландшафт, культурный ландшафт, этнос, культурный ландшафт Урала и Прикамья, горнозаводская цивилизация.

Ландшафт (нем. Landschaft, вид местности, от Land – земля и schaft – суффикс, выражающий взаимосвязь, взаимозависимость). Дословно может быть переведен как «образ края» [87] – конкретная территория, однородная по своему происхождению, истории развития и не делимая по зональным и азональным признакам. Ландшафт в научном понимании, это генетически однородный территориальный комплекс, сложившийся только в ему свойственных условиях, которые включают в себя: единую материнскую основу, геологический фундамент, рельеф, гидрографические особенности, почвенный покров, климатические условия и единый биоценоз.

П. И. Меркулов пишет, что понятие о культурном ландшафте в отечественной географии имеет общие истоки и общую историю с родовым по отношению к нему понятием о географическом ландшафте как природном комплексе [118]. Л. С. Берг определил конечной целью географического исследования изучение ландшафтов как природных, так и культурных. Культурными ландшафтами он считал те, «в которых человек и произведения его культуры играют важную роль. Город или деревня... суть составные части культурного ландшафта» [14, с. 471].

Высказанная позиция близка представлениям В. В. Докучаева о природных зонах, которые он рассматривал как природно-хозяйственные комплексы с особым характером материальной и духовной культуры народов, в них обитающих [55]. Концепция культурного ландшафта активно поддерживалась и развивалась целым рядом ученых-естествоиспытателей (А. И. Воейков, С. С. Неуструев, В. П. Семенов-Тян-Шанский, В. И. Вернадский и др.).

В 20-е гг. ХХ в. в немецкой географии параллельно сформировалась школа культурного ландшафта. У истоков стоял О. Шлютер, которому удалось объединить хорологические идеи А. Геттнера с антропоцентризмом французской географии человека (Э. Реклю, В. де ля Блаш). С тех пор в Западной Европе и США изучению и проектированию культурного ландшафта придается исключительное значение. В конце ХХ столетия они получили развитие не только в рамках ландшафтной географии, но и ландшафтной экологии [118].

В понимании Ю. Г. Саушкина: «Культурным ландшафтом называется такой ландшафт, в котором непосредственное приложение к нему труда человеческого общества так изменило соотношение и взаимодействие предметов и явлений природы, что ландшафт приобрел новые, качественно иные, особенности по сравнению с прежним, естественным, своим состоянием. При этом, конечно, культурный ландшафт не перестал быть природным в том смысле, что, будучи изменен в связи с теми или иными потребностями общества в направлении, нужном производству, он продолжает развиваться по законам природы» [149, 150].

- В. П. Семенов-Тян-Шанский культурным пейзажем (ландшафтом) называл такой, «в котором человек использовал и переместил по своей воле в полной мере с большим техническим совершенством все элементы минеральные, растительные и животные, истребив часть первобытных из них дотла и заполнив всю территорию совершенными произведениями своего труда над Землей» [151, с. 54].
- В. Л. Котельников в рамках «культурного ландшафта предложил различать ландшафты «измененные», подвергающиеся стихийному неорганизованному воздействию, и «преобразованные», подвергающиеся плановому преобразованию [94]. Интересные соображения содержатся в работе Д. В. Богданова [16], предложившего различать ландшафты первобытные, слабоизмененные и культурные. А. Г. Исаченко [78], предло-

жил различать ландшафты нарушенные и культурные. Последние отличаются специфической структурой, которая обязана своим возникновением целенаправленной деятельности человека.

После работ Ф. Н. Милькова [119], термин «культурный ландшафт» во многом был поглощен термином «антропогенный ландшафт». В определенном смысле географы не вышли на используемое сегодня современное понятие «культурного ландшафта». Во многом под ним продолжает подразумеваться антропогенное влияние на ландшафт человека, без пространственного понимания и образности в аспекте символизирования окружающей среды.

«Культурный ландшафт — сознательно измененный хозяйственной деятельностью человека для удовлетворения своих потребностей, постоянно поддерживаемый человеком в нужном для него состоянии, способном одновременно продолжать выполнение функций воспроизводства здоровой среды» [130, с. 112]. Более лаконично, но в том же духе характеризует культурный ландшафт Н. Ф. Реймерс: «Ландшафт культурный — целенаправленно созданный антропогенный ландшафт, обладающий целесообразными для человеческого общества структурой и функциональными свойствами» [141, с. 262]. Среди работ по ландшафтоведению можно упомянуть В. А. Николаева и Б. И. Кочурова.

Перейти к существующей сегодня концепции культурного ландшафта смогли культурологи: Ю. А. Веденин [25, 30], В. Н. Калуцков [82, 83], Р. Ф. Туровский [168, 170] и некоторых другие авторы.

Ю. А. Веденин определяет культурный ландшафт «как целостную и территориально-локализованную совокупность природных, технических и социально-культурных явлений, сформировавшихся в результате соединенного влияния природных процессов и художественно-творческой, интеллектуально-созидательной и жизнеобеспечивающей деятельности людей» [30, с. 6]. Он подчеркивает, что определяющую роль в формировании культурного ландшафта играет интеллектуальная и духовная деятельность. В структуре ландшафта этот автор различает два «слоя» – культурный и природный. Природный слой культурного ландшафта рассматривается как комплекс природных компонентов с точки зрения их сохранности и соотношения с техническими и природно-техническими системами. Культурный и природный слои ландшафта могут быть дифференцированы на ряд более мелких пластов [118].

В. Н. Калуцков [82], под культурным ландшафтом понимает культура этнического сообщества, сформировавшаяся в определенных природно-географических условиях, взятая в ее целостности, это среда жизнедеятельности местного (этнического) сообщества. В качестве составных частей культурного ландшафта он выделяет мифологию места, духовную культуру, местный фольклор, восприятие местным сообществом своих традиций. Именно это понимание наиболее близко к современной культурной, гуманитарной и мифогеографии и оказывается чрезвычайно значимым для реализации прикладных направлений.

В культурном ландшафте В. Н. Калуцков различает 6 компонентов:

- природный ландшафт,
- местное хозяйство,
- селения (поселения),
- местное сообщество,
- местная языковая система, включая топонимию,
- духовная культура, включая фольклор.

Таким образом, культурный ландшафт понимается как природно-хозяйственно-этническая территориальная система [82].

- В. Н. Калуцков [82] выделяет и три концепции культурного ланд-шафта:
- 1. Средовая концепция основные усилия в рамках данного направления устремлены на разработку новой методологии географического районирования, основанной на средовом подходе.
- 2. Аксиологическая концепция понимание культурного ландшафта расширяет границы географического анализа, определенные технократической концепцией, основанной на западном мировоззрении с его потребительским отношением к природе и к традиционной культуре.
- 3. Этнокультурная концепция в рамках этой концепции предпринимается попытка восстановить традиции анучинской этнокультурной географии. Обращается внимание на «естественный» характер становления культурного ландшафта и на значимость его этнокультурного содержания.

Примечательны идеи Р. Ф. Туровского, который определяет культурный ландшафт как результат соприкосновения духовной жизни чело-

века и территории. Частью этого ландшафта являются исторические события, происходившие на данной местности, знаменитые люди, которые жили и творили на этой территории, образцы культуры, созданные в этой местности и описывающие эту местность (книги, картины и др.) [170]. Природная составляющая, по мнению Р. Ф. Туровского, не играет роли в структуре культурного ландшафта, поскольку становятся своеобразным компонентом культуры. И это понимание идеологически перспективно для туристской науки в целом и социокультурных проектов в частности.

П. И. Меркулов отмечает, что представители геоэкологического направления при некоторых различиях в определении культурного ландшафта считают его частью природного. В то время как представители культурологического направления за основу берут культурный слой, который и считается основным предметом исследования. Последнее более перспективно сегодня для культурной, гуманитарной и имажинальной географии.

Концепция *культурного ландшафта* представляет собой междисциплинарное направление, в котором естественные науки наделяются гуманитарным измерением, а гуманитарные объективными основаниями.

Н. И. Тюленева считает, что наиболее близкими к пониманию сущности «культурного ландшафта» являются античное выражение «genius loci» и теория филолога, литературоведа Н. К. Пиксанова о «культурных гнездах», согласно которой необходимо изучать уникальные черты областных культур и особенности местности, которые стали родным пространством для писателей и наложили на их творчество особый отпечаток. Эти идеи во многом перекликаются с работами культуролога Д. Н. Замятина о вживании художников и писателей в пространство изнутри, которые постоянно живут в родной местности, в результате чего рождаются внутренние пространства с локальными местными образами. У философа В. А. Подороги «ландшафт» становится таким объектом осмысления, где «есть рисунок того пространства, в котором ... совпадают ... мысль и поэзия» [136]. В его работах прослеживается, по сути, «ландшафтная интерпретация» философских текстов (С. Кьеркегора, Ф. Ницше, М. Хайдеггера и др.).

О. А. Лавренова рассматривает культурный ландшафт как «целостную и территориально-локализованную совокупность природных и социокультурных явлений, а также как информацию в пространстве и о пространстве, возникающую в процессе жизнедеятельности культуры, как составную часть семиосферы и семиотическую систему» [106].

Понятие «этнокультурный ландшафт» генетически возникло в качестве развития концепции «культурный ландшафт», а также теории этногенеза Л. Н. Гумилева [50], когда понятие «этнос» получило новое видение и центральное место во всех последующих этнологических исследованиях. Хотя корни понятия «этнокультурный» во взаимосвязи с ландшафтом появился достаточно давно в работах В. П. Семенова-Тян-Шанского, Л. С. Берга, А. А. Крубера, П. Н. Савицкого, из которых следовало, что этнокультурный ландшафт – это сложный природнокультурный комплекс. Можно сказать, что географы в понимании этнокультурного ландшафта преодолели свое несколько ограниченное понимание культурного ландшафта и сделали значимый шаг к осмыслению более полного явления. Методологически географы мыслят «ландшафтный треугольник»: природа, население и культура. Л. С. Берг: «Под именем географического ландшафта следует понимать область, в которой характеры рельефа, климата, растительного покрова, животного мира, населения и, наконец, культуры человека сливаются в единое гармоничное целое...» [13, с. 354]. Сегодня «ландшафтный треугольник» следует понимать несколько иначе: природа – этнос – культура. Именно на стыках, рубежах и точках соприкосновения этой динамичной системы рождаются уникальные образы восприятия пространства, продуцируемые культурным ландшафтом этой системы. Вот почему повсеместно наблюдается неповторимость ландшафтов, этносов и культур.

По мнению В. Н. Калуцкова предмет этнокультурного ландшафтоведения включает три важных аспекта:

- отражение природных ландшафтов;
- культурные ландшафты Земли;
- ландшафтные диалекты [85].

В соответствии с структурой предмета этнокультурного ландшафтоведения формируются четыре исследовательских направления:

- 1. Этнокультурное ландшафтоведение в узком смысле, которое разрабатывает теоретические и методологические основы науки.
- 2. Этноприродное ландшафтоведение исследует опыт освоения природных ландшафтов определенной этнической территории.
- 3. Антрополандшафтоведение исследует другую грань этнокультурного опыта освоения ландшафтов Земли создание культурных ландшафтов как природно-культурных комплексов, их регионально-зональные и этнокультурные особенности, тенденции изменения и условия сохранения. Это направление способствует взаимодействию этнокультурного ландшафтоведения с науками социально-экономического и культурологического круга в географии и за ее пределами.
- 4. Лингвистическое ландшафтоведение изучает ландшафтные диалекты Земли [85].

Понятие «этнокультурного ландшафта» требует дальнейшей разработки и развития методологии этнокультурного ландшафтоведения в целом. Вероятно, оно будет идти в направлении новейших этнологических исследований в русле теории Л. Н. Гумилева, его концепции этнического стереотипа поведения на стыке гуманитарной и имажинальной географии.

О культурном ландшафте Урала и Прикамья. Исследование региона с позиций концепции культурного ландшафта позволяет связать истоки идентичности региона, историю его территории и общеисторические процессы России. Таким образом, это открывает возможности для научного объяснения образов культуры, присущих только данной местности, являющихся также своего рода константой культуры. Другими словами, концепция культурного ландшафта служит инструментом для утверждения региона в качестве уникального явления в единстве целого [171].

Исследования, посвященные формированию культурного ландшафта Урала, обусловлены интересом, который вызывает территория Урала в качестве локальной цивилизации, «пояса» между Европой и Азией, «хребта России». Н. И. Тюленева предлагает концепцию «культурного ландшафта», через применение к материалу «горнозаводской цивилизации» Урала. С ее точки зрения горнозаводской Урал предстает как геокультурная единица страны в целом, а его культурный ландшафт — целостное и

сложное (многослойное) образование, в котором заключено единство уникальных природных и культурных компонентов пространства, выраженное посредством «ядерных» образов уральского ландшафта [171].

На региональном уровне проблемы символизации ландшафта разрабатываются в лоне геопоэтического направления, где накоплен большой материал по геокультурному пространству Урала и становлению образа Урала в русской литературе. Данными проблемами занимаются преимущественно филологи: В. В. Абашев, М. П. Абашева, М. П. Никулина, И. Н. Корнев, Ю. В. Клочкова, М. А. Литовская, Е. В. Милюкова, А. С. Подлесных, Л. М. Слобожанинова, Е. К. Созина, Е. В. Харитонова, А. В. Фирсова. Геопоэтической доминантой Урала у этих авторов становится вектор хтонических подземных глубин, которому подчиняется описание реалий уральского природного ландшафта и горнозаводской формы организации жизни на Урале – «камень, пещера, гора» (М. П. Никулина), «река, гора, лес» (В. В. Абашев), «гора, завод» (Е. В. Харитонова). Также уральский горнозаводской ландшафт рассматривается в ряде работ с позиций его мифологических, мистических, фантастических коннотаций (М. П. Никулина, Ю. С. Подлубнова). Необходимо отметить работу В. Н. Демина «Уральская гиперборея», посвященную феномену архетипичности «бажовской мифологии». С точки зрения исследования различных территорий страны и феномена культурного ландшафта, тема «пространства Урала» затрагивалось в работах В. Л. Каганского, О. А. Лавреновой, Д. Н. Замятина, Г. М. Казаковой [171].

В. Л. Каганский анализирует Урал с позиций внутренней периферии как внутренний, срединный, центральный макрорегион России, очерченный транспортными магистралями. О. А. Лавренова представляет Уральские горы как границу-фронтир, которая отделяет староосвоенную европейскую часть России от бесструктурного, внутренне хаотичного топонима-пространства Сибири; Г. М. Казакова на примере Южного Урала обозначает регион как субкультурный локус. Д. Н. Замятин рассматривает Урал с точки зрения моделирования локальных мифов и прослеживает становление уральского мифа в литературных художественных текстах Б. Пастернака, П. П. Бажова, Н. Заболоцкого [171].

Естественно, что данные авторы не могут уйти от устойчивого восприятия территории Урала как срединного пространства и пространства. ва уникальной горнозаводской культуры. Существование данной концепции утвердили в начале XX века В. П. Семенов-Тян-Шанский, который выделил горнозаводской тип территориального расселения, и профессор П. С. Богословский, который, исходя из цивилизационного подхода, предложил использовать в изучении геокультурного пространства Урала понятие «горнозаводская цивилизация» [17]. В начале XXI века идеи П. С. Богословского зазвучали с новой силой в творчестве современного писателя Алексея Иванова, работы которого посвящены «матрице» горнозаводской цивилизации (и Урала в целом). Данный факт подтверждает, что локально-мифологические образы горнозаводской цивилизации продолжают существовать и производить новые смыслы и образы. Следует отметить, что в современной историографии термин «горнозаводская цивилизация» имеет неоднозначный и во многом условный характер, в то же время точно определяет суть возникновения и развития культуры горнозаводского «уральского мира» именно с культурологических позиций [171].

В современных исследованиях наблюдается тенденция к возврату изучения территорий с точки зрения локальных цивилизаций, где объектом становится не ограниченный административными рамками регион, а пространственно-временной ареал социокультурных процессов, имевших место на его территории. Так, именно с этих позиций существования на определенных исторических этапах конкретных локальных цивилизационных ландшафтов Р. Ю. Федоров предлагает изучать территорию Урала, где объектом исследования становится «предельно широкий спектр проявлений деятельности локальных сообществ» (принципы хозяйственного освоения территории, социально-политическое и экономическое устройство, системы расселения и т. д.). Автор видит исследование культурного ландшафта в реконструкции ценностных и структурно-коммуникативных аспектов освоения территории, примененной им к территории Урала и Западной Сибири [173, 174]. Понятие «горнозаводской Урал» и исследования культуры Урала с позиций существования горнозаводской цивилизации актуальны и по сей день. К различным аспектам горнозаводской

культуры обращаются ученые различных областей науки. Искусствовед И. П. Козловская рассматривает Пермский край в контексте существования «Строгановской империи», которая задала тон развития региональной культуры; А. С. Жарова уделяет вниманию различным аспектам проявлений «уральского города» (от горнозаводского поселения как мифологического локуса до города как техногенной среды) в программных сочинениях композиторов второй половины XX — начала XXI века, Е. А. Баженова пытается проследить репрезентацию уральского ландшафта (горы, реки) в различных сферах искусства (архитектуре, живописи) [171].

В исторической науке проблемы становления российского гражданского общества на Урале во второй половине XIX – начале XX века рассматриваются историком Н. А. Невоструевым, где исследование данной проблемы представлено в срезе комплексной общественно-исторической и социально-культурной панорамы жизни региона этого времени. К исследованию горнозаводской культуры обращены работы Г. Н. Чагина, В. А. Оборина, С. В. Голиковой, А. Б. Тимохина, Я. А. Самоделкина. В области культурологии проблемами изучения феномена региональной культуры Урала занимаются И. Я. Мурзина, А. Э. Мурзин, региональной идентичности Урала и «культурной миссии» регионов посвящены работы культуролога Г. М. Казаковой [171].

Утверждение Урала как региона уникальной народной культуры берет свое начало с конца XIX — начала XX веков в работах А. А. Дмитриева, В. Н. Шишонко, Н. К. Чупина, где наряду с историко-культурным и краеведческим материалом, находятся упоминания о легендах и преданиях горнозаводского Урала. Колоссальный фольклористский материал (во многом повлиявший на исследовательский интерес к разновидности уральского фольклора, в том числе и на П. П. Бажова) горнозаводских легенд и преданий собран Е. М. Блиновой в сборнике «Тайные сказы рабочих Урала» (1941 г.) и В. П. Бирюковым в сборнике «Дореволюционный фольклор на Урале» (1936 г.). Последний, по мнению В. В. Блажеса, относится к одному из самых авторитетных фольклорных сборников, к которому обращаются все исследователи народной культуры [15]. К числу более поздних работ, посвященных горнозаводскому

фольклору, можно отнести книгу А. И. Лазарева «Предания рабочих Урала как художественное явление» (1970 г.) [171].

- Н. И. Тюленева считает, что ядром концепции культурного ландшафта горнозаводской цивилизации Урала являются культурногеографические, пространственные и локально-мифологические образы. Ее концепция заключается в следующем:
- 1) концепция (и концепт) культурного ландшафта схватывает целое, образованное отношением людей к месту своего обитания, или то постоянное, что закрепляется в образах культуры, прежде всего, первичных из них пространственных, приобретающих мифологические формы существования, характерные для локальных цивилизаций, в полной мере это относится и к горнозаводскому Уралу и Прикамью;
- 2) культурный ландшафт есть образ («дух») местности (недр земли), установленный и существующий в отношении людей к окружающему их миру; «культурный ландшафт» является синтезом особенностей природно-географического пространства (его природных и географических доминант) и процессов, связанных с освоением данной местности, т. е. человеческим участием, или культурой;
- 3) мифология места несет в себе механизм создания образов абсолютной реальности, сочетающий в себе полноту представлений человека о мире и творческое отношение к природному ландшафту. Уральский ландшафт и заключенные в нем географические образы являются основой, на которой возникла в результате культурной маркировки пространства уральская мифология;
- 4) *культурный ландшафт* горнозаводской цивилизации Урала устанавливается в системе координат трех базисных образов Урала:
- *-гора* (восприятие территории «изнутри» и внутреннее формообразование культурного ландшафта),
- *-путь* (восприятие территории «извне» и внешнее формообразование культурного ландшафта),
- -мастеровой человек; положение В. П. Семенова-Тян-Шанского о том, что «круг географии», замыкается человеком [151], Н. И. Тюленева уточняет, что культурный ландшафт горнозаводского Урала формирует образы горы, пути и человека-мастера;

- 5) образы культурного ландшафта проявляют себя в диахроническом и синхроническом измерениях истории культуры, например, от древних верований коренных народов Урала через фольклор к современным литературным произведениям, что хорошо прослеживается на примере сказов П. П. Бажова. Основные векторы культурного ландшафта горнозаводского Урала трансформируются в уральскую мифологию сказов П. П. Бажова, где архетипические мотивы раскрываются через обращение к фольклорно-мифологическим истокам горнозаводской цивилизации и мифологической связи человека с окружающим миром;
- 6) концепция *культурного ландшафта*, по мнению Н. И. Тюленевой, имеет актуальный характер в рамках исследования образов *горнозаводской цивилизации* Урала, служит эффективным инструментом изучения локальных цивилизаций, раскрывающим своеобразие сложного процесса преобразования природного ландшафта в культурный [171].

Концепция культурного ландшафта Урала периода горнозаводской цивилизации Н. И. Тюленевой может быть в полной мере отнесена и к Прикамью.

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Расскажите об эволюции понятия «культурный ландшафт» в отечественной и зарубежной географии.
- 2. Почему культурологический подход к понятию «культурная география» оказался более конструктивным и перспективным для исследований, чем географический?
- 3. В чем принципиальная разница между природным и культурным ландшафтом? Ответ подкрепите примерами.
  - 4. Какие компоненты культурного ландшафта принято различать?
- 5. В чем особенности культурного ландшафта Урала и Прикамья? Ответ подкрепите региональными примерами.
- 6. В каких положениях заключается концепция культурного ландшафта горнозаводской цивилизации Урала Н. И. Тюленевой?

### 2.2. Понятие «географический образ» в имажинальной географии (по Д. Н. Замятину и Н. Ю. Замятиной)

Базовые понятия: географический образ, имажинальная география, географический объект, фиксация представления, ментальная карта, поведенческая география.

Географический образ — система взаимосвязанных и взаимодействующих знаков, символов, архетипов и стереотипов, ярко и в то же время достаточно просто характеризующих какую-либо территорию (место, ландшафт, регион, страну). Д. Н. Замятин считает, что географический образ — центральное понятие имажинальной географии.

Отдельные географические образы могут формировать образногеографические системы (метасистемы). Один из методов изучения географических образов – построение образно-географических карт [60].

По мнению Д. Н. Замятина, синонимы географического образа:

- географический имидж (имидж территории)
- образ территории;
- образ региона;
- образ места;
- образ пространства.

Географический образ во многом является своеобразные кварком, из определенного числа которых можно набирать необходимые метасистемы, конструируя и соединяя их между собой. С одной стороны, географический образ Д. Н. Замятина — это центральное понятие имажинальной географии, а с другой стороны — прикладной элемент для целей туристского ресурсоведения, экскурсионного дела, социокультурных проектов.

Как инвариант понятия «географический образ» Д. Н. Замятин, предлагает рассматривать понятие культурного ландшафта. В содержательном плане наиболее продуктивно использование понятия географического образа совместно с понятиями когнитивно-географического контекста и локального (регионального, пространственного) мифа [60].

Географический образ есть феномен культуры, характеризует стадиальное (общий аспект) и уникальное (частный аспект) состояние общества. Данный феномен — важный критерий цивилизационного анализа любого общества. Качественные характеристики географических образов в культуре, способы репрезентации и интерпретации географических образов,

структуры художественного и политического мышления в категориях географических образов существенны для географического, культурологического, исторического, политологического анализа развития общества [60].

В методологическом плане формирование и развитие систем географических образов определяется развитием культуры (культур). По мере развития культуры в процессе человеческой деятельности географическое пространство все в большей степени осознается как система (системы) образов [60].

Географический образ как предмет научного географического анализа по Н. Ю. Замятиной. Базовые методологические принципы изучения представлений о географических объектах были разработаны в рамках поведенческой географии. Важнейшие работы по поведенческой географии: Р. Доунс, Р. Голледж, Д. Лей, Р. Ллойд, Дж. Голд, Р. М. Кичин, У. Кирк и К. Линч. В культурной (гуманистической) географии изучение географических представлений ориентировано, главным образом, на исследование их роли в культуре. Понятие «культурная география» неоднозначно. Одно из наиболее распространенных значений можно скорее перевести скорее как «география культуры» (например, работы В. Зелински). С другой стороны, направление географии связано с изучением роли восприятия места в формировании культуры [69].

В современной когнитивной психологии используется термин «схема», отражающий «динамическое» понимание представлений как элемента процесса восприятия [123, с. 42–43], несколько ранее получил распространение термин «перцепция» [44].

Дж. Голд указывает на два основных значения данного термина:

1)значение, «которое в географической литературе обычно воспринимается как синоним индивидуально-организованных субъективных знаний человека об окружающей среде»;

2) «мысленная картинка, которая может быть вызвана в сознании, когда индивид, предмет, место или территория находятся вне доступности наших органов чувств» (последнего значения придерживается сам Голд) [48, с. 67]. Д. Н. Замятину представляется предпочтительным строить определение географического образа на основе определения географических представлений.

Представление о географическом объекте можно определить, как элемент сознания некоторого субъекта (в форме абстрактного понятия

или же «мысленной картинки»), соотносимый с некоторой территорией, а также со знаком или словом, обозначающем эту территорию на языке, известном данному субъекту (см. рис. 1). В основу схемы положен «семиотический треугольник» Огдена и Ричардса [186]; данный «треугольник использует также Дж. Голд [48, с. 95].



Рис. 1. Возможные механизмы «мысленной привязки» представления о географическом объекте

В представлениях о географическом объекте общепринято выделять две составляющие:

- 1) **пространственное (территориальное) знание** определяется как *«знание о размещении по территории»*, которое *«*обеспечивает общее представление о структуре географического пространства, а также об ориентации и взаимосвязи элементов внутри него»;
- 2) **атрибутивное знание** есть «атрибутивное знание-оценка характеристик мест и регионов вместе с информацией, позволяющей сравнивать различные места между собой» [48, с. 67; 96, 215].

Часть представления о географическом объекте, построенную на атрибутивной информации, Н. Ю. Замятина называет образом географического объекта (или географическим образом).

В англоязычной географии встречаются использование понятия образ (image) в ином значении. Здесь термином «образ» обозначается только зрительный, или визуальный, образ (другие названия – иконический образ, или «мысленная картинка») – т.е. «образ» выступает как довольно узкая часть «представлений» [48]. Дж. Голд указывал также на связь представлений с воображением, видя в этом их различие с представлениями [48, с. 67–68] – что не совсем верно с точки зрения современных взглядов на процесс познания [123, с. 42–44].

Есть серьезное отличие научного термина «образ», используемого в географии, от бытового понимания слова «образ». Используемый здесь термин «географический образ» обозначает вообще представление об атрибутивных свойствах географического объекта. Географический образ может отражать особенности соответствующего географического объекта — в большей или меньшей степени. Тогда частным случаем географических образов является научный географический образ — представление о свойствах географического объекта, полученное на основе географического знания [69].

**Общие принципы изучения структуры географического образа по Н. Ю. Замятиной.** Процесс формирования представлений имеет две составляющие:

- 1. Поступающая извне информация.
- 2. Ранее накопленные знания, определяющие отбор поступающей информации (в процессе восприятия сознание человека совершает выбор того, на что «обращать внимание» в окружающем пространстве и как классифицировать поступающую информацию) [215, 98, 99, 123]. Роль второй составляющей в формировании представлений отражена, в частности, в многочисленных исследованиях представлений у детей, показавших, что без предварительного, постепенно накопленного опыта ребенок не может сформировать образ окружающего пространства, а также в близких им когнитивных исследованиях [133, 44, 123, 155]. При этом информация может быть представлена как на каком-либо материальном носителе (текст, карта, фотография), так и мысленно - в виде слова и «мысленной картинки», на которых сознание осознанно сконцентрировано в тот или иной момент. Так, например, образ любого города может быть вызван не только прочтением его названия или фотографиями его видов, но и воспоминанием о нем. При этом информационная составляющая образа всегда фиксирована сознанием. При этом ассоциативный ряд влияет на формирование образа неосознанно, через вызывание того и иного рода впечатлений, чувств и т.д. Осознанные ассоциации переходят в разряд информационной составляющей образа и служат основой для формирования новых ассоциаций. Всего географический образ обычно включает несколько взаимосвязанных информационных структур и соответствующих им ассоциативных цепочек [69].

Внешняя информация, ложащаяся в основу формирования географических представлений и образов, может иметь различное происхождение:

- 1) непосредственный вид того или иного ландшафта, а также связанные с пребыванием в ландшафте информационные сигналы: звуки, запахи и т.л.
- 2) символические изображения территории, как основа для формирования географического образа в первую очередь, карты.
- 3) знаки и знаковые системы вносят свой вклад в формирование географических образов. В частности, образы так называемых «удаленных мест» (Гуди) в которых «человек никогда не бывал и не располагает о них сколько-нибудь надежными знаниями», формируются почти исключительно за счет образов, представленных в средствах массовой информации [48, с. 82].

Знания, участвующие в формировании географических образов (внутренняя информация), определяют, в первую очередь, умение сформировать нечто как самостоятельный объект и отнести его к определенной категории [98, 99, 155].

В обобщенной форме формирование представления может быть охарактеризовано как процесс взаимодействия внешней и внутренней информации. Информация, поступающая в сознание извне, содержит определенные «знаки», вызывающие ассоциации на основе ранее накопленного опыта. Такими «знаками», вызывающими ассоциации, могут быть знакомые слова, а также изображения, звуки, запахи и т.д. Это «мысленные метки», ранее сделанные сознанием на определенного рода информации, и «узнаваемые» при каждом повторном поступлении извне аналогичной информации. Вызванные в памяти ассоциации, в свою очередь, увязываются между собой. Так формируется новое представление. Оно «закрепляется» за некоторыми новыми понятиями, иначе говоря, появляются новые «мысленные метки». Эти метки могут быть закреплены за обозначением географического объекта (топоним, картографический знак), визуальным воспоминанием о форме территории, о виде пейзажа и др. В данном случае можно говорить о формировании представления о географическом объекте [69].

Общая схема формирования представления может быть представлена следующим образом:

Поступающая информация  $\rightarrow$  узнавание «меток»  $\rightarrow$  ассоциации  $\rightarrow$  синтез ассоциаций  $\rightarrow$  формирование представления  $\rightarrow$  создание новых «меток» ( $\rightarrow$  фиксация представления).

В основе формирования представления может лежать не только логически воспринимаемая информация, но и результаты чувственного восприятия объекта, – любые поступающие от внешних источников данные, воспринимаемые и организуемые сознанием в представления, здесь называются информацией [69].

Частным случаем фиксации представлений является начертание мысленной карты. Метод ментальных карт часто используется в поведенческой географии для изучения представлений о взаимном расположении географических объектов. Критика метода связана «с искусственностью» фиксации представления: будучи нарисованная по просьбе интервьюера, ментальная карта не совсем точно отражает «представления в голове» респондента [69].

Понятие ментальных карт (ментальные, или мысленные карты; в английском языке чаще употребляется термин «когнитивные карты») был разработан в психологии применительно к изучению пространственного поведения крыс [163] и затем адаптирован к изучению ориентации человека в городе (К. Линч) [110] и в различных других ландшафтах. Изначально под «ментальными картами» понималась мысленная схема пространства и шире — схема любых, в т.ч. внепространственных представлений; позже появилось иное, параллельное толкование термина «ментальные карты» — карты, отражающие представления некоторого субъекта о наличии и взаимном расположении объектов [220, 48, 54, 191, 192, 208, 211].

При рисовании ментальной карты, по просьбе интервьера, респондент производит «вычисление» своего образа места — как если бы при вопросе о том, сколько он прожил месяцев, он дал бы ответ, в уме умножив свой возраст на двенадцать: данный ответ о возрасте в месяцах ранее никогда не использовался человеком, и его возраст никогда не представлялся им именно в этой форме. Аналогично, нельзя гарантировать, что человек имеет в голове образ территории именно в той форме, в какой он представил его на нарисованной по чужой просьбе ментальной карте.

Кроме ментальных карт, изучаются образы, фиксированные в виде результатов социологических опросов, а также разного рода текстах, высказываниях, фотографиях, произведениях живописи и т.д.

Любой текст, а также карта, рисунок и т.д. – источники, содержащие географическую информацию – может рассматриваться как:

- 1) фиксированное представление его создателя,
- 2) источник формирования новых представлений.

Во втором случае формируемые на основе текста представления должны исследоваться отдельно: с помощью дополнительного изучения фиксированных производных представлений (уточняющие вопросы в ходе социологического исследования, дополнительные ментальные карты и т.д.), или с использованием специальных психологических методов (изучение скорости реакции и т.д.).

В поведенческой географии проводились исследования различных источников с обеих позиций: как с точки зрения источника информации для формирования географических образов, так и с точки зрения фиксированного географического образа [69].

Ландшафтная составляющая образа рассматривается как фактор формирования представлений. Изучению непосредственного восприятия ландшафтов и формируемых в связи с ними образов посвящена классическая работа Линча, а также работы С. Дэниэлса, Ф. Драйвера и Д. Гилберта и др. [110, 200, 201, 205, 204]. В нашей стране попытки такого рода анализа работ производились О. Вендиной и С. Каринским [34], в рамках работ по исследованию культурного ландшафта (В. Н. Калуцков) [82], данная тема затрагивалась в работах Б. Б. Родомана [145], а также ряда архитекторов (главным образом, восприятие городской среды) и др. Работы по изучению географических образов в массовом сознании связаны, с изучением исходной информации для формирования потенциальных географических образов. Много современных работ такого плана связано с изучением той роли, которую играют в формировании географических образов знаки и изображения, помещенные в Интернет [193, 191 и др.] и в других средствах массовой информации о формировании географических образов на основе информации, представленной в прессе) [39, 89, 33, 162]. Дж. Голд приводит также примеры изучения географических образов специально на основе информации дорожных знаков, пейзажей, специальных рекламных книг по развитию малых городов, городской поэзии и описаний фантастических ландшафтов [48, с. 81–82]. Среди прочих источником информации для формирования географических образов служат страноведческие работы [207, 196, 219].

Многие работы по изучению представлений *в художественной ли- тературе* и других произведениях культуры, напротив, ориентированы на изучение фиксированных представлений [218, 199, 198, 200, 201, 104, 102, 103 и др.].

*Географические карты* изучаются как в одном, так и в другом из двух названных аспектов:

- 1) изучение карт как источника информации достаточно широкая исследовательская сфера [192, 209, 210 и др.]. Здесь можно выделить работы Д. Марка и М. Эгенхофера, связанные с созданием специфической исследовательской области наивной географии, занимающейся созданием формализованных моделей представлений человека о пространстве. Одной из важнейших целей такого рода исследований является создание научно обоснованных форм геоинформационных систем, не требующих от пользователя специальных умений отсюда и название «наивная география» [216].
- 2) карты рассматриваются как фиксированные географические образы той или иной эпохи [117].

Однако среди всех источников информации есть одна группа, в которой фиксированные в тексте и формируемые географические образы стремятся к совпадению. Это научные и учебные страноведческие работы, нацеленные, как правило, на максимально точную передачу определенного объема представлений от автора к читателю. Исходя из данного положения, надо отметить, что информация, содержащаяся в страноведческом тексте, может рассматриваться как в значительной степени адекватное, фиксированное отражение географического образа в сознании автора, и в то же время эта информация направлена на формирование максимально сходных с авторскими образов в сознании читателя [69].

Между тем, современные культурные, политические и социальноэкономические практики во все большей степени становятся ориентированными на использование различных образов пространства, начиная от образов небольших сельских местностей, городов, культурных ландшафтов и заканчивая образами административно-политических образований государства, региональных политических союзов и даже цивилизаций. В современном мире эти практики не представимы без целенаправленных, хорошо «упакованных» прикладных пространственных образов, которые являются их неотъемлемой и значительной частью.

Проблематика моделирования географических образов относится к феноменологии культуры, анализирующей теоретические и методические поиски в других науках, но при этом обеспечивающей единый, «сквозной» взгляд на поставленную проблему и, соответственно, обуславливающей

спектр предлагаемых автором теоретических и методических приемов. Д. Н. Замятин, в итоге, предлагает феноменолого-культурологический подход к проблеме становления и развития географических образов и проблеме их моделирования в широком социокультурном контексте [64].

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. В чем заключается возможный механизм формирования представления о географическом объекте?
- 2. В чем заключается предмет научного географического анализа Н. Ю. Замятиной применительно к географическому образу?
- 3. В чем отличия научной трактовки термина «образ» и его бытового значения? Приведите примеры.
- 4. В чем заключается схема формирования представления человека по Н. Ю. Замятиной?

# 2.3. Понятие «географическое пространство» и основные интерпретации понятия «образ» в гуманитарной географии (по Д. Н. Замятину)

Базовые понятия: географическое пространство, интерпретация образа, гуманитарная география, образ объекта.

Географическое пространство как объект исследования и научного интереса всегда находилось в динамике. Сам образ объекта менял свои очертания, но в данном случае эти изменения накладывались на специфику объекта – географическое пространство изначально размножалось в виде различных географических образов, которые в каждый конкретный момент времени максимально удовлетворяли потребности научного сообщества и «просвещенной публики». Хорологический «переворот» в географической науке, начатый трудами немецкого географа К. Риттера в первой половине XIX века [159] и фактически завершенный в начале XX века А. Геттнером, стал методологическим переворотом. Появился новый географический язык, который был характерен не столько обилием новых научных терминов (это было лишь следствие), сколько принципиально иным отношением к описанию собственного объекта географического пространства [66].

Введение понятий *рельеф* и *ландшафт* стало свидетельством превращения географии из науки, близоруко «ощупывавшей» интересовавшие ее объекты *(география «близи»* – см., например, путевые описания российских академиков XVIII – начала XIX в. – С. Г. Гмелина, П. С. Палласа, И. И. Лепехина и др.) в науку дистанционную, которая фиксировала и объект своего интереса, и его структуру благодаря использованию пространственного принципа *(география «дали»)* [66, с. 141].

Генетическая вариативность этого принципа («резкость» благодаря новым научным понятиям наводилась автоматически) позволила растянуть географическое пространство и одновременно фрагментировать, или «квантифицировать» его. Географические образы как результат хорологического подхода к исследованию географического пространства (или пространств) могли зарождаться пучками, пересекаться и взаимодействовать, «выстраиваться» в определенной последовательности. Классическое для географии представление образа страны дробилось на множество взаимосвязанных, детальных и часто разновременных «мелких» образов, которые формировали общее образно-географическое поле [65, с. 140, 141].

Чередующаяся динамика этих образов создает системный кумулятивный эффект, который способствует накоплению возможных изменений и одновременно взаимопроникновению различных разновременных характеристик самих образов (ядро/периферия, ведущий регион/депрессивный регион и т.д.) [65, с. 140, 141].

Структурно сложные и неоднородные географические образы сами могли заключать в себе совокупность противоречивых и разнохарактерных географических образов, которые создавали единый и целенаправленный контекст восприятия географического пространства. Стало возможным сознательное конструирование обобщенных макро-географических образов, которые как бы поглощали или замещали собой реальные географические пространства. Например, географический образ пространстве России, который был «сконструирован», главным образом, из текстов XIX-XX столетий, обладал выраженными эмоциональными характеристиками и имел свой выпуклый «рельеф» [175]. – Идея о выпуклом «рельефе» была взята в данном пособии для концепта составления карты образно-географического рельефа Пермского края (рис. 44).

Подобные *образно-географические манипуляции* представляют собой своеобразный полигон для отработки механизмов создания и функциониро-

вания географических систем, которые способны адаптировать и переваривать в соответствующий географический «продукт» историко-культурные рефлексии и национальные «комплексы». Так, образ пространств России описал ряд характерных *аффектов*, которые демаркировали Россию как пространство вне собственных культурных и географических границ, как переходное пространство или *пространство-между* [137].

Географическое пространство, которое становится собственным образом (образами), может быть и универсальным инструментом типологического анализа письма и различного рода текстов. Письмо как инвариант географического пространства заключает в себе возможности для образно-географических исследований литературных произведений. Постепенное развертывание и представление письма как уникального географического процесса позволяет проанализировать обратные связи в условной системе «образ-реальность». Д. Н. Замятин приводит в пример роман В.Набокова «Лолита», который порождает немало географических аллюзий и стал объектом нетрадиционного географического анализа [68].

Традиционные географические понятия были переосмыслены в контексте представления литературного письма как пространственногеографического процесса, при этом текст Набокова спровоцировал ответную реакцию — образно-географическое исследование приобрело обтекаемые, на стыке различных жанров, письменные формы. Пространство письма было географизировано; географические образы были коплотиены самим текстом. Текст «Экономической географии Лолиты» представил собой образно-географическое описание романа, которое впитало ктерриториальные структуры» набоковского письма [68].

Применительно к Пермскому краю и г. Перми существуют образногеографические описания и экскурсии, посвященные времени и жизни Пастернака (человека и писателя) в Прикамье и отдельно развивается образная география Юрятина [24].

Основные интерпретации понятия «образ» в гуманитарной географии (по Д. Н. Замятину). География сама по себе — сильный и мощный образ знания, «привязанного» к восприятию, воображению и интерпретациям земного пространства. Этот образ никогда не был, в пределах надежно воспроизводимой истории цивилизаций — полностью или абсолютно рационализированным, даже в эпохи жесткого научного позитивизма и постпозитивистских научных идеологий [67].

Основная методологическая проблема географии, осознанная и сформулированная сравнительно поздно, только к середине XIX — началу XX в., заключалась, в том, что земное или географическое пространство не «поддавалось» классическим дискурсам гуманитарных наук, так или иначе сложившимся в своих первоначальных «развертках» к концу эпохи Просвещения [67].

Древние и частично средневековые общества, оценивали земное пространство, в основном, как некий внешний образ, репрезентируемый либо какими-либо прямыми и косвенными возможностями, ограничениями, «угрозами» и, наоборот, благоприятными экологическими обстоятельствами, либо яркими и выпуклыми нарративами религиозного, мифологического, философского, исторического, художественного характера. Традиционное восприятие земного пространства отличается непосредственностью географического воображения, проявляющегося в несомненной древности и практической вечности ментальных основ сакральной географии [41, 92]. В случае сакральной географии акт восприятия и акт воображения пространства — безусловно единый «образ», обеспечивающий относительную общественную эффективность сочленения и соотнесения «видимых» (условная материальная деятельность) и «невидимых» (условная духовная, культурная, автономная ментальная деятельность).

Методологически достаточно легко представить хорошо известную и документированную историю человеческих сообществ, как процесс закономерной интериоризации земного пространства, в форме вариаций определенного ментального конструкта, таких как этнокультурные ландшафты, культурные ландшафты, ландшафты культуры, географические образы, локальные мифы, региональные идентичности, типичные или типовые пейзажи – например, эллинистический пейзаж, геоэтнические или геокультурные панорамы [164, 165, 166]. Можно вывести подобные анализы на уровень закономерностей развития специфических геокультур, сменяющих друг друга, или, сосуществующих друг с другом - по мере того, как возникают все новые геокультуры, а некоторые старые геокультуры отмирают, исчезают, не имея более «конкурентоспособных» в общественном смысле, постоянно воспроизводимых в социологическом плане репрезентаций [67]. Наконец, можно говорить и о параллельном, иногда вполне изолированном друг от друга, развитии так называемых способов видения (взятых, интерпретированных в широком

ключе, хотя и с опорой на несомненных зрительных образах), обусловленных конкретными социокультурными и/или цивилизационными установками в духе О. Шпенглера.

Речь идет не об отрицании историзма, что делает невозможным представить саму пространственную череду образов и событий, а о некоей внутренней географии пространства, в которой сами образы, символы, мифы пространства конструируются, размещаются, соотносятся в метапространстве, создавая все новые и новые метапространственные конфигурации. Можно до бесконечности, подобно античным гностикам, наращивать слои или сферы подобных когнитивных переходов, действуя механистически и фактически воспроизводя одно и то же на всех последующих уровнях [67].

«Внутренняя география пространства» — важное понятие, чтобы осознать в когнитивном и образном планах не только системность самого перехода к метапространствам, но и попытаться онтологизировать сам этот переход, осуществить его «опространствление». «Внутренняя география пространства — это процесс автономного образования пространств, не имеющих прямого отношения к непосредственной географии восприятия и/или поведения, а также к географии логических выводов и умозаключений на основе понятия физического пространства, трансформируемого традиционными картографическими проекциями, господствующими примерно с XVI в. — сначала в Европе, а затем и в остальных регионах мира» [67].

Рассматриваемый процесс автономного образования пространств носит пространственный характер; иначе говоря, любое пространство может подвергаться пространственным интерпретациям, вне зависимости от того, носило ли оно первоначально признаки конкретного физического и/или психологического пространства или же было полностью и сразу ментально сконструированным (что не отрицает, а только подтверждает его несомненные генетические связи с традиционными версиями земных пространств) [67].

Д. Н. Замятин задается вопросом: можно ли «увидеть» внутреннюю географию пространства, описать ее или же картографировать и зачем нужна такая география, если даже оперировать только методологическими и теоретическими контекстами? – Источник такой репрезентации – опыт онтологического видения земного пространства, в которых пространство становится «героем», неким самостоятельным, действен-

ным актором (имя ряда героев древнегреческой мифологии), активно влияющим не только на внешнее течение событий, но и «претендующим» на самые архетипы и структуры происходящих событий. В таком случае временные образные ряды как бы выходят из-под контроля носителя опыта, становясь своего рода «садом расходящихся тропок». Однако если бы речь шла только лишь о неких искажениях традиционного пространственного опыта человеческих сообществ, уже хорошо описываемых и представляемых современной теоретической физикой (даже если это параллельные миры-пространства, соединяемые между собой «кротовыми норами» и прекрасно отработанные современной массовой культурой в жанре фэнтези). В таком случае можно было бы обойтись подробными описаниями конкретных пространственных аберраций, иллюзий и искажений – хотя бы они носили исключительно художественный и творческий характер, – не прибегая, по принципу бритвы У. Оккама, к усложнению теории [67].

Х. Борхес показал алгоритмы появления и развития внутренней географии пространства, отнюдь не сводящейся к порождению параллельных пространств миров, лишь изредка напоминающих друг другу о собственном существовании или же задающих неразрешимые загадки героям его произведений, чье воображение силится выбраться и остается, по большей части, «барахтаться» в рамках традиционной земной географии. Другой пример — тексты А. Платонова, Ф. Кафки, Д. Джойса, Б. Шульца, в которых, пространство кардинальным образом меняет сюжет, чуть ли не заменяя его, становясь, вторым «автором» этих текстов. Каким было бы пространство наших мыслей, образов, действий, если бы мы соразмеряли их с самим пространством или же представляли такое пространство максимально пространственно? — вот, по существу, главный вопрос внутренней географии пространства [60].

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Дайте собственное определение понятию «образ объекта».
- 2. Почему Д. Н. Замятин считает различные литературные тексты как уникальный географический процесс в образно-географических исследованиях? Объясните на примерах.
- 3. Какие основные интерпретации понятия «образ» в гуманитарной географии выделяет Д. Н. Замятин?

#### 2.4. Взаимодействие понятий «образ», «культура», «пространство» и моделирование географических образов (по Д. Н. Замятину)

Базовые понятия: географический образ, культура, пространство, моделирование географических образов, геокультура, образно-географическое пространство, образно-географическое картографирование.

Культура, для того, чтобы осмыслить собственное пространство, а также пространства других культур, должна выработать механизмы образной интериоризации пространства. В ходе такого когнитивного процесса происходит своего рода «внеположение» пространства как бы за пределы самой культуры, глазами наблюдателя или исследователя, работающего и живущего в данной культуре. Само пространство как бы выталкивается из культуры, начавшей его осмыслять, в то же время в самой культуре формируются специфические географические образы, фиксирующие подобное «выталкивание» пространства. Именно с таким механизмом взаимодействия культуры и пространства связана сложность безусловного отнесения моделирования географических образов к той или иной научной области [64].

Понятие или образ механизма есть одна из базовых метафор научного исследования и любой практической деятельности. Исходя из этого, механизм описания взаимодействия культуры и пространства может рассматриваться как феноменологический конструкт. Отбор образов начинается с процедур образного описания, а доказательства их валидности в культуре нарабатываются в ходе развития самого образного описания. Значимость отобранных образов и их культурная валидность проявляются как значимость и образность (в научном, публицистическом или художественном планах) самого феноменологического поиска [64].

Моделирование географических аспектов по Д. Н. Замятину имеет *теоретический и практический аспекты:* 

1. Теоретический аспект: изучение особенностей и закономерностей моделирования географических образов в культуре позволяет осмыслить и структурировать на более глубоком концептуальном уровне процессы пространственного взаимодействия различных культур, субкультур, этносов и цивилизаций.

- 2. Прикладной аспект: для изучения практических последствий быстро развивающихся в современном мире процессов регионализации и глобализации в целях их социокультурной диагностики; для практических разработок и проектов по моделированию геокультурных образов территорий различных физико-географических размеров и политико-экономических рангов [64].
- Д. Н. Замятин определяет основные контуры моделирования географических образов в культуре. Такой подход, не мог предполагать углубленного изучения механизмов «бытия» географических образов. Тем не менее, подобное направление образно-географических исследований может быть очень важным как с точки зрения концептуального развития направления, так и с практической точки зрения, учитывая высокую методологическую эффективность применения понятия ментальности в современной культурологии [64].

Соотнесение географических образов и метаобразов различных уровней вполне возможно при понимании их как культурных феноменов. Кроме того, подобные соотнесения возможны и на уровне различных репрезентаций и интерпретаций географических образов, а также при формулировке разных образно-географических стратегий. Любая составленная образно-географическая карта уже позволяет соотнести вошедшие в картографическое поле образы, определить их значимость и сделать первоначальные выводы об их связях. Воспроизводимость результатов исследований географических образов в культуре опирается на уже выявленные правила составления образно-географических карт и обобщенные стратегии интерпретации географических образов. Трансляция технологии моделирования географических образов может осуществляться двумя наиболее очевидными способами:

- 1) передачей личного опыта в коллективных образно-географических исследованиях;
- 2) подготовкой методических разработок и рекомендаций географии, культурологии и социокультурной антропологии.

Вместе с тем она может позиционироваться как гуманитарногеографическая. Поэтому следует определить концептуальные отношения со сложившимися представлениями о гуманитарной географии (иногда ее называют также общественной географией, географией человека в широком смысле) [64].

Гуманитарная география активно использует понятия, теории, знания, накопленные и сформулированные гуманитарной половиной уже существующей географической науки. В первом приближении эту половину и можно назвать собственно гуманитарной географией. Однако при более углубленном рассмотрении Д. Н. Замятин признает, что в основе гуманитарной географии должны лежать несколько иные принципы, нежели просто деление наук по непосредственному предмету их изучения (география городов, образования, населения, туризма и т. д.). Один из возможных подходов к предмету изучения гуманитарной географии это характер, специфика, степень интериоризации пространства в различных социокультурных сферах деятельности. При этом невозможно базировать всю гуманитарную географию на географических образах. Наряду с географическими образами, в понятийную базу гуманитарной географии входят основополагающие понятия культурного ландшафта, региональной (пространственной, локальной) идентичности, пространственного мифа.

Наконец, в гуманитарно-научной литературе встречаются также термины «философическая география», «география воображения», что близко по смыслу к образной географии [64].

# Основные концептуальные положения по взаимоотношению понятий «географический образ», «культура» и «пространство» по Д. Н. Замятину:

- 1. Моделирование географических образов представляет собой междисциплинарную научную область на стыке культурологии, социо-культурной антропологии и культурной географии более сложную, чем механическая совокупность частных научных моделей, выражающих представления отдельных социальных групп и личностей.
- 2. Географические образы это феноменологическая категория описания культуры.
- 3. Географические образы являются идеологическим срезом культуры и социальной практикой. Развитая сфера взаимодействия культуры и пространства включает в себя как представления о фундаментальных географических образах, так и социокультурные механизмы формулирования, согласования, культурной и политической реализации и постоянной коррекции этих представлений.

- 4. Моделирование географических образов в содержательном плане не совпадает с теорией и практикой моделирования, принятых в естественных науках. Оно представляет собой так называемый «мягкий тип» моделирования, ориентированный на образные представления об изучаемых объектах.
- 5. Мышление в категориях географических образов и их производных выступает фактором формирования и воспроизводства культуры. Фиксируемые на феноменологическом уровне представления о фундаментальных географических образах являются критерием уникальности культуры.
- 6. Сфера взаимодействия культуры и пространства формирует образно-географическую традицию, являющуюся существенным элементом культурных традиций любого общества.
- 7. Конкретные модели географических образов могут быть разработаны и качественно оценены в рамках концепции географических образов и определенной образно-географической традиции, сформировавшейся в данной культуре [64].

### Основные положения концепции географических образов в культуре:

- 1. Географические образы являются частью географических представлений, формируемых определенной культурой и формирующихся в культуре наиболее упорядоченной и целенаправленной. Они возникают в процессе человеческой деятельности на обыденном, профессиональном и экзистенциальном (сущностном, жизненно важном) уровнях сознания. Географические образы важны для понимания особенностей и закономерностей развития человеческого мышления и деятельности и в целом, и в их пространственных аспектах.
- 2. Практическое значение изучения географических образов особенно важно для таких сфер человеческой деятельности, как внешняя политика, региональная политика, межкультурные (кросс-культурные) коммуникации, образование (особенно социально-гуманитарное образование), туризм, реклама и PR, экономика инвестиций, разработка инвестиционных рейтингов регионов.
- 3. В самом общем смысле под географическим образом понимается система взаимосвязанных, достаточно простых и в то же время ярких, знаков, символов и характеристик, отражающих и/или выражающих ка-

кое-либо реальное пространство (территорию). Одно и то же реальное пространство порождает множество различных географических образов — в зависимости от исторической эпохи, конкретных культурных, политических, социально-экономических ситуаций, определенных авторов этих образов. Географические образы одного и того же реального пространства могут как взаимно усиливать, дополнять друг друга, так и «бороться» между собой — в основном, в групповых и массовых представлениях.

- 4. Уже существующие, созданные, разработанные географические образы развиваются достаточно автономно, самостоятельно по отношению к исходным реальным пространствам. В процессе своего развития в культуре географические образы оказывают серьезное воздействие на изменения в восприятии и представлении исходных пространств (территорий), являясь фактором их развития. Это влияние приводит к трансформациям других факторов развития территорий и изменениям параметров их культурного, политического и социально-экономического развития (обратная связь).
- 5. В культурологическом плане могут изучаться и изучаются как индивидуальные, так и групповые и массовые географические образы. В зависимости от происхождения в изучении географических образов отдается предпочтение различным вербальным и невербальным текстам. Индивидуальные географические образы изучаются преимущественно с помощью письменных текстов (художественные, научные, учебные, эпистолярные тексты), графических и живописных произведений, интервью. Массовые географические образы исследуются в основном с помощью массовых источников (социологические опросы, культурная, социально-экономическая, электоральная статистика). При изучении групповых географических образов используются как массовые источники, так и индивидуальные источники.
- 6. Географические образы состоят, как правило, из ядра и нескольких оболочек (упаковок). В ядро образа входят несколько (3–4) наиболее важных (базовых) и устойчивых знаков и символов реального пространства. Далее, по мере удаления от ядра, в образ входят менее важные знаки и символы, группируемые в соответствующие оболочки. В ядро образа чаще всего входят сравнительно долговременные исторические, культурные и природные архетипы, знаки и символы реального пространства. В различные оболочки образа чаще всего входят

менее долговременные (более ситуативные) политические и социальноэкономические знаки и символы [64].

Понятие «геокультура», «образно-географическое пространство» и образно-географическое картографирование. На хорошо освоенных в процессе человеческой деятельности территориях (пространствах) могут создаваться свои геокультуры, т. е. устойчивые системы географических образов, постоянно воспроизводящиеся, совершенствующиеся и транслируемые вовне. Развитие, взаимодействие и соперничество различных геокультур во многом определяет процессы развития и взаимодействия отдельных культур и цивилизаций [64]. Межкультурная и межцивилизационная адаптация включает в себя создание гибридных, переходных географических образов в зонах этнокультурных и цивилизационных контактов.

Подробный анализ понятия геокультуры и ключевых культурногеографических образов в связи с процессами межцивилизационной и межкультурной адаптации показал следующее (по Д. Н. Замятину):

- 1) изучение процессов межцивилизационной и межкультурной адаптации не представимо без глубокого исследования сущности понятия геокультуры и закономерностей развития геокультурных пространств;
- 2) гармоничная межцивилизационная адаптация связана с формированием и функционированием соответствующих геокультурных или культурно-географических образов, обеспечивающих интенсивный и сбалансированный межкультурный обмен;
- 3) в процессах межцивилизационной адаптации большую роль играет целенаправленное продуцирование стратегий репрезентации и интерпретации культурно-географических образов;
- 4) эффективная межцивилизационная адаптация прямо связана с целенаправленными репрезентациями и интерпретациями таких ключевых культурно-географических образов, как путешествие, граница и страна;
- 5) использование целенаправленных ключевых культурно-географических образов в процессах межцивилизационной и межкультурной адаптации способствует ментально-географическому или ментально-пространственному сближению различных цивилизаций и формированию образно-геокультурных метапространств;
- 6) механизм подобного использования ключевых культурно-географических образов основан на процессах ментального сжатия и растяжения различных цивилизационных и культурных пространств.

Таким образом, цивилизации всегда создают мощные образногеографические пространства (поля), захватывающие, с одной стороны, территории, явно чужеродные в культурном и политическом отношении, а, с другой – постоянно перерабатывающие собственные структуры и способы организации. Всякая более или менее жизнеспособная и устойчивая цивилизация формирует образные картины мира, в которых те или иные территории выступают как соответствующие масштабные знаки и символы общи цивилизационных ценностей и образцов. В конечном счете, любая цивилизация может рассматриваться как глобальный географический (геокультурный) образ, структурирующий ценности и образцы данного сообщества (сообществ) наиболее эффективным способом.

Если рассматривать архаичные культуры Урала и Прикамья, то такие «стыковые» и пограничные» феномены образно-географических пространств (полей) и метакультур ими порождаемых, привели к появлению богатейшей системы эпосов, мифов и легенд.

Эффективное изучение географических образов должно опираться на базовую модель идеального географического образа [64]. Эта модель, подобно модели идеального газа в физике, показывает в обобщенном виде фундаментальные структуры функционирования географического образа. Д. Н. Замятин предлагает модель - открытую систему, поскольку сами географические образы, несомненно, являются открытыми и динамичными системами. Адаптация базовой модели идеального географического образа к параметрам внешней среды осуществляется в рамках блоков инноваций и синтеза. Важной составляющей методологии исследования структур и систем географических образов является образно-географическое картографирование. Для изучения структур и систем географических образов образно-географическое картографирование предполагает создание условных графических моделей, в которых частично сохраняется географическая ориентация традиционных (современных) карт и используются в качестве способов изображения и/или репрезентации способы изображения из математической (топологической) теории графов и т. н. диаграммы Венна (используемые, прежде всего, в логике). Образногеографическая карта есть графический инвариант обобщенной (базисной) модели определенного географического образа, при этом соответствующие этому географическому образу качества и параметры (характеристики) географического объекта с максимально возможной степенью

плотности (интенсивности) «свертываются» в конкретные элементы (узлы) такой карты (графически изображенные соотнесенные, связанные между собой архетипы, знаки и символы) [64].

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Какие два важных аспекта имеет моделирование географических образов? Дайте развернутый ответ.
- 2. В чем заключаются основные концептуальные аспекты по взаимоотношению понятий: «географический образ», «культура», «пространство» по Д. Н. Замятину?
- 3. Каковы основные положения концепции географических образов в культуре по Д. Н. Замятину?
- 4. Почему образно-географическое картографирование является важной составляющей методологии исследования географических образов?

## 2.5. Перспективы моделирования географических образов в культуре (по Д. Н. Замятину)

Базовые понятия: моделирование географических образов, имажинальная география, культурный ландшафт, стратегия создания специализированных географических образов в культуре.

Моделирование географических образов — область имажинальной (образной) географии, занимающаяся изучением процессов формирования, развития и структурирования географических образов. Моделирование географических образов содержит две основные части:

- 1) теория моделирования географических образов;
- 2) методика и прикладные аспекты моделирования географических образов [64].

В качестве материала для изучения в моделировании географических образов используются тексты различного типа (как вербальные, так и невербальные), а также визуальное искусство, кино, фотография, музыка, архитектура. Объектом исследования может выступать как конкретная географическая территория (ландшафт, культурный ландшафт, населенный пункт, город, район, страна), так и определенное художественное произве-

дение или определенный текст (письменный, визуальный и т.д.). Промежуточным (переходным) объектом исследования могут быть человеческие сообщества различного ранга и размерности (этническая, культурная или социальная группа, территориальное сообщество, население города, профессиональное сообщество, виртуальное сообщество, нация) [64].

Теория моделирования географических образов – часть более общей теории имажинальной (образной) географии. В то же время эта теория может частично выходить за ее концептуальные рамки; в этом случае теорию моделирования географических образов можно рассматривать и как часть более общей теории моделирования общественных (социокультурных, политических, экономических) процессов [64].

Основные проблемы теории моделирования географических образов:

- выявление базовых, наиболее распространенных и устойчивых моделей географических образов;
- формулирование закономерностей формирования и развития географических образов;
- первичные алгоритмы структурирования моделей географических образов;
- выявление и описание ключевых контекстов функционирования и развития моделей географических образов в рамках более общих моделей общественного развития [64].

Методика и прикладные аспекты моделирования географических образов входят в общую методику имажинальной (образной) географии. Наряду с этим они могут использоваться в когнитивной географии, мифогеографии в рамках прикладной гуманитарной географии.

Основные методические и прикладные задачи моделирования географических образов:

- разработка типовых алгоритмов создания моделей географических образов в конкретных научных и прикладных областях (например, в художественных текстах или в сфере маркетинга территорий);
- построение системы мониторинговых образно-географических исследований в целях первичного обнаружения и описания вновь возни-кающих как уникальных, так и типовых географических образов в различных сферах общественного развития [64].

В данной исследовательской области используются разнообразные средства изучения:

- текстовые описания (как научные, так и художественные),
- фото- и видеосъемка,
- образно-географическое картографирование,
- компьютерные модели,
- социологические опросы и глубинные интервью,
- контент-анализ,
- построение географических картоидов,
- живопись и графика,
- музыкальные произведения и т.д. [64].

Теория моделирования географических образов предполагает совмещение и/или сосуществование двух разных методологических подходов:

- 1) реконструирование, выявление модели географического образа (предполагается, что исследователь относится к модели как к уже существующей независимо от него условный «объективистский» подход);
- 2) конструирование модели географического образа, которое может сопровождаться его деконструкцией (конструктивистский подход, дополняемый постструктуралистскими и постмодернистскими подходами в целом, можно назвать «субъективистским») [64].

Методика и прикладные аспекты моделирования географических образов предполагают как создание оригинальных, новых произведений (текстовых, визуальных, картографических) в качестве отдельных элементов модели географического образа, так и использование в данном процессе ранее созданных произведений или их фрагментов, не принадлежащих исследователю как автору. Основное методологическое допущение при этом – признание потенциальной множественности/бесконечности моделей одного и того же объекта исследования в зависимости от целей и задач исследователя [61].

Главные методологические положения моделирования географического образа в культуре по Д. Н. Замятину:

1) чем больше факторов влияет на формирование и развитие определенного географического образа, тем сложнее его структура; чем меньше факторов, тем проще структура географического образа;

- 2) чем проще система географических образов, тем больше вероятность ее быстрого распада в результате внешних воздействий и внутреннего развития, что свидетельствует о недостаточно интенсивном освоении соответствующей территории (пространства);
- 3) чем выше разнообразие социокультурных контекстов формирования географических образов, тем больше вероятность создания высокоэффективных моделей географических образов. Количество и качество образно-географических репрезентаций и интерпретаций в простых системах географических образов не обеспечивает устойчивого развития системы [61].

Целенаправленная человеческая деятельность включает в себя элементы сознательного создания и развития конкретных географических образов. При этом формирующиеся в стратегическом плане образные системы можно назвать субъект-объектными, так как субъект (создатель, творец, разработчик) этих образов находится как бы внутри своего объекта — определенной территории (пространства). Роль и значение подобных стратегий состоит в выборе и известном культивировании наиболее «выигрышных» в контексте сферы деятельности элементов географического пространства, которые замещаются сериями усиливающих друг друга, взаимодействующих географических образов. В рамках определенных стратегий создания и развития географических образов в различных сферах человеческой деятельности формируется, как правило, несколько доминирующих форм репрезентации и интерпретации соответствующих географических образов [61].

Выделяются обобщающие типы таких стратегий, в той или иной форме характерных практически для любой из исследованных сфер деятельности (по Д. Н. Замятину):

- 1) разработка перспективного географического образа какого-либо объекта, в котором предполагается наличие элементов, отсутствующих или незначительно присутствующих в характеристике объекта в настоящее время. Подобная стратегия получила название стратегии образногеографического «аванса»;
- 2) стратегии, ориентированные на использование при создании географического образа объекта его исторического, политического, куль-

турного, экономического прошлого. Такой тип стратегий в целом можно назвать *пассеистическим*, или *ретроспективным*;

3) стратегии, направленные на максимальное использование образно-географического контекста. Предполагается, как правило, что создание географического образа какого-либо объекта должно учитывать отношения объекта со средой, а также трансформировать содержание и характер этих отношений в соответствующие архетипы, знаки и символы. Эти стратегии называются контекстными. В зависимости от сферы деятельности, на основе уже выделенных обобщающих типов стратегий, возможно выделение частных, специфических образно-географических стратегий в различных сферах и видах деятельности [61].

Анализ стратегий разработки и создания специализированных географических образов в культуре позволил прийти к следующим *основным выводам* (по Д. Н. Замятину):

- 1. Моделирование различных специализированных географических образов позволяет, с одной стороны, лучше представить особенности и закономерности функционирования реальных географических объектов в рамках культуры, а, с другой стороны позволяет лучше осмыслить механизмы переживания культурой географического пространства.
- 2. Успешное моделирование каких-либо географического образа предполагает наличие определенной базовой модели географического образа, трансформируемой затем в специфические модели конкретных географических образов, учитывающих как особенности развития реальных географических объектов в культуре, так и особенности развития самих географических образов. Одним из важнейших методологических принципов, заложенных в фундаменте базовой модели географического образа, является принцип нетождественности, различения, несовпадения содержательной структуры и конфигурации определенного географического объекта и выражающего его географического образа. Этот зазор, или несовпадение ведет, как правило, к знаково-символьной трансформации реального географического пространства, которая должна учитываться при теоретическом осмыслении роли каких-либо географических объектов в культуре и при принятии практических решений во многих сферах человеческой деятельности.

- 3. Процессы репрезентации географических образов достаточно адекватно выражаются с помощью образно-географического картографирования. В содержательном плане образно-географическое картографирование имеет сходство с мысленными (ментальными, когнитивными) картами и картоидами, однако оно в меньшей степени привязано к традиционной географической карте. Образно-географическое картографирование позволяет как реконструировать, так и целенаправленно разрабатывать новые специализированные географические образы. Основное содержание Образно-географическое картографирование последовательные процедуры упорядочения ведущих архетипов, знаков и символов, определяющих конфигурацию и структуру конкретного географического образа.
- 4. Эволюция и динамика географического образа в культуре зависит, как правило, от трех главных факторов: а) особенности и закономерности развития соответствующего географического пространства в историко-культурной ретроспективе и в настоящее время, б) особенности структуры и конфигурации самого географического образа, определяющие возможности его саморазвития, и в) цели и задачи реконструкции и/или создания географического образа в различных социокультурных контекстах. Опыт исследования эволюции и динамики географических образов в различных сферах человеческой деятельности показывает, что траектория развития конкретного образа во многом зависит именно от целей и задач его создания. В сферах культурной деятельности, где творческие элементы являются доминирующими (например, фундаментальная наука, литература), возможна разработка географического образа, достаточно сильно дистанцированных в содержательном отношении от реальных географических пространств-прототипов. Такие географические образы могут представлять собой модели либо возможного будущего состояния пространства-прототипа, либо модели новых, не существующих в реальности пространств. Тем не менее, такие модели могут оказывать влияние на динамику развития реальных географических объектов и каких-либо общественных (культурных, политических, социально-экономических) процессов.

- 5. Стабильное содержательное развитие какого-либо географического образа определяется тремя основными факторами:
- 1) достаточно разветвленная структура самого образа, включающая разнотипные по происхождению элементы;
- 2) наличие нескольких альтернативных или сосуществующих способов репрезентации и интерпретации географических образов (прежде всего в форме различного рода текстов);
- 3) устойчивая общественная и культурная потребность в разработке и поддержке подобного образа. Общественная потребность в создании определенного географического образа возникает чаще всего в переломные периоды развития обществ или культур. Наряду с этим, возможно целенаправленное долговременное культивирование и воспитание общественных потребностей в разработке конкретных географических образов. Такие целенаправленно культивируемые географические образы становятся неотъемлемым элементом культуры в целом [64].

В целом, перспективы моделирования географических образов в культуре можно разделить по следующим перспективным направлениям:

- 1. Институциональные перспективы. Изучение географических образов в культуре имеет шансы стать в ближайшее время автономной междисциплинарной научной областью, сферой активных научных контактов ученых разных специальностей: культурологов, филологов, искусствоведов, социологов, политологов, международников, географов, психологов, философов, историков, экономистов. Несомненно, могут быть разработаны и учебные курсы по образной географии, геокультурологии и моделированию географических образов в культуре для студентов гуманитарных специальностей, с той или иной степенью приближения соответствующие данной области научно-практической деятельности. Вполне возможно создание междисциплинарного научного института или центра в каком-либо ведущем российском гуманитарном университете, в рамках которого исследовались бы ключевые проблемы моделирования глобальных и локальных геокультурных, геоисторических, геополитических и геоэкономических образов.
- 2. *Когнитивные перспективы*. Перспективы дальнейших образногеографических исследований связаны с продолжением гуманитариза-

ции и самих географических знаний. Фактически они имеют когнитивный характер – отсюда и высокая энергетика образно-географической парадигмы. Развитие образно-географического подхода возможно в большинстве областей гуманитарного знания – культурологии, литературоведении, языкознании, истории, этнологии, психологии, политологии, экономике, - само понятие образа, хорошо локализованное и пространственно закрепленное более рельефным понятием географического образа, дает универсальный «генетический код», являющийся ключом к раскрытию и к более совершенным формулировкам пограничных, междисциплинарных проблем гуманитарного знания. Образно-географическая парадигма, относится к числу «фронтирных» – парадигм, наращивающих свою «идеологию» и научный background в прямой зависимости от быстроты продвижения в новые, еще не освоенные научные области. Значение образно-географических исследований заключается, прежде всего, в их эффективности с точки зрения создания прочного и надежного «моста» между гуманитарно-научными и естественнонаучными областями человеческого знания. Практическая значимость разработок проявляется как на уровне самого обычного «имиджмейкерства» и PR, так и на уровне стратегий культурного, цивилизационного и социальноэкономического развития [61].

### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Какие две основные части по Д. Н. Замятину содержит моделирование географических образов?
- 2. В чем заключаются прикладные аспекты моделирования географических образов по Д. Н. Замятину?
- 3. В чем заключаются главные методологические положения моделирования географического образа в культуре по Д. Н. Замятину?
- 4. Для чего Д. Н. Замятин вводит термин «стратегия» в создание специализированных географических образов в культуре?

## 2.6. Образно-географическая карта как метод исследования в гуманитарной географии и когнитивная модель пространственных представлений в локально-мифологическом контексте (по Д. Н. Замятину)

Базовые понятия: образно-географическая карта, гуманитарная и имажинальная география, когнитивная модель пространственных представлений локально-мифологический аспект, ментальный (когнитивный) картоид.

Образно-географическая карта (или карта географических образов) — графическая модель географических образов какой-либо территории или акватории (места, ландшафта, местности, реки, населенного пункта, города, региона, страны, континента и т.д.). Она может рассматриваться и как графическое отображение структурной модели какого-либо географического образа, а также представлять образно-географическое пространство вербальных текстов (письменных, визуальных, картографических), например, художественных произведений или стенограмм политических переговоров. Как когнитивное средство образно-географическая карта выявляет и выстраивает в виде системы взаимосвязанных элементов содержательные для конкретного географического пространства знаки, символы, стереотипы и архетипы [63].

Образно-географическая карта представляет собой автономный результат процесса моделирования географических образов, также — графический вариант словесной (устной или письменной) модели географического образа, один из инструментов изучения имиджевых ресурсов территории. Процедуры разработки и построения образно-географических карт относятся к методике имажинальной (образной) географии [67].

В когнитивном отношении образно-географическая карта — результат концентрации знаний об определенном географическом пространстве в специфической знаково-символической форме. Создание конкретной образно-географической карты можно рассматривать как процесс интерпретации изучаемых географических образов [67].

Направленность на содержательные знаково-символические репрезентации географического пространства определяет дискретность карто-

графического поля образно-географической карты, а также частичное и необязательное соблюдение традиционной для европейской картографии Нового времени ориентации по сторонам света. По таким параметрам, как отношение к традиционным картографическим правилам и проекциям, и дистанция между картографируемым объектом и его изображением образно-географические карты близки к ментальным (когнитивным) картам и картоидам [67].

Формально образно-географические карты представляют собой математические графы или диаграммы Д. Венна. Эти способы графического изображения позволяют показать пересечения и вхождения географических образов друг в друга, их взаимную ориентацию и взаимодействие. Как и любая географическая карта, образно-географическая карта может иметь соответствующую легенду, включающую типологию или классификацию изображенных знаков и символов, а также типологию или классификацию знаково-символических связей [67].

Для изучения динамики конкретных географических образов создаются серии последовательных образно-географических карт. Одно и то же географическое или образно-географическое пространство может репрезентироваться или интерпретироваться потенциально бесконечным множеством образно-географических карт — в зависимости от целей и задач образно-географического картографирования, а также специфики воображения конкретного создателя карты. Выявление содержательных взаимосвязей между различными образно-географическими картами, относящимися к одному и тому же географическому/образно-географическому пространству, а также процедуры их согласования в прикладных целях, предполагают построение графических моделей метагеографических пространств [67].

**Когнитивная модель пространственных представлений в ло- кально-мифологическом контексте.** Если структурировать в ментальном отношении основные понятия, описывающие образы пространства, производимые и поддерживаемые человеческими сообществами различных иерархических уровней, разного цивилизационного происхождения и локализации, то можно выделить на условной вертикальной оси, направленной вверх (внизу – бессознательное, вверху – сознание), четыре слоястраты, размещенные своим основанием на горизонтали. Нижняя, самая

протяженная по горизонтали страта, как бы утопающая в бессознательном – географические образы; на ней, немного выше, располагается «локально-мифологическая» страта, менее протяженная; еще выше, ближе к уровню некоего идеального сознания – страта региональной идентичности, также уменьшенная по сравнению с предыдущей; наконец, на самом верху, «колпачок» этого своеобразного треугольника образов пространства – культурные ландшафты, находящиеся ближе всего, в силу своей доминирующей визуальности, к сознательным репрезентациям и интерпретациям различных локальных сообществ и их отдельных представителей. Важно отметить, что для репрезентации всех выделенных уровней модели необходимо изучение локальных текстов [165, 146, 97, 1, 113, 42].

Возможны и другие варианты схем, описывающие соотношения указанных понятий. Однако, всевозможные порождения оригинальных локальных или региональных мифов во многом базируются именно на географическом воображении, причем процесс разработки, оформления локального мифа представляет собой, по всей видимости, «полусознательную» или «полубессознательную» когнитивную «вытяжку» из определенных географических образов, являющихся неким «пластом бессознательного» для данной территории или места. Проблема взаимодействия географических образов и локальных мифов состоит в том, как из условного образно-географического «месива», не предполагающего каких-либо логически подобных последовательностей (пространственность здесь проявляется как наличие, насущность пространств, чьи образы не нуждаются ни в соотносительности, ни в иерархии, ни в ориентации/направлении), попытаться сформировать некоторые образно-географические «цепочки» в их предположительной (возможно, и не очень правдоподобной) последовательности, а затем, параллельно им, соотносясь с ними, попытаться рассказать вполне конкретную локальную историю, содержание которой может быть мифологичным. При переходе от географических образов к локальным мифам и мифологиям должен произойти ментальный сдвиг, смещение – всякий локальный миф создается как разрыв между рядоположенными географическими образами, как когнитивное заполнение образно-географической лакуны соответствующим легендарным, сказочным, фольклорным нарративом [67].

Продолжить первичную интерпретацию предложенной выше ментальной схемы образов пространства, Д. Н. Замятин предлагает сосредоточится на позиционировании в ее рамках локальных мифов, тогда локальные мифы и целые локальные мифологии могут быть базой для развития соответствующих региональных идентичностей. При перемещении в сторону более осознанных, более «репрезентативных» образов пространства должен происходить определенный ментальный сдвиг. Это может заключаться в «неожиданных» – исходя из непосредственного содержания самих локальных мифов – образно логических и часто весьма упрощенных трактовках этих историй, определяемых современными региональными политическими, социокультурными, экономическими контекстами и обстановками [67].

Региональные идентичности, формируемые конкретными целенаправленными событиями и манифестациями (установка мемориального знака или памятника, городское празднество, восстановление старого или строительство нового храма, интервью регионального политического или культурного деятеля в местной прессе), с одной стороны, как бы выпрямляют локальные мифы в когнитивном отношении, ставя их «на службу» конкретным локальным и региональным сообществам. С другой стороны, само существование, воспроизводство и развитие региональных идентичностей, по-видимому, невозможно без выявления, реконструкции или деконструкции старых, хорошо закрепленных в региональном сознании мифов [57, 56, 91], а также разработки новых локальных мифов, часть которых может постепенно закрепиться в региональном сознании, а часть — слабо соответствующая местным географическим образам-архетипам и действительным потребностям поддержания региональной идентичности — может исчезнуть [60].

### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Дайте определение образно-географической карты, что она отражает?
- 2. Как образно-географическая карта взаимосвязана с процессом моделирования географических образов?
  - 3. Что из себя обычно представляют образно-географические карты?
  - 4. Для чего нужна серия образно-географических карт?
  - 5. Что из себя представляет ментальный (когнитивный) картоид?

## 2.7. Мифогеография и интерпретация пространства и понятие о «комплексных географических характеристиках» (по И. И. Митину)

Базовые понятия: мифогеография, интерпретация пространства и места, комплексные географические характеристики, палимпсест, семиозис пространственных мифов, множественность реальных мест.

Современное *общество* нуждается в выработке новых решений в области представления пространственной информации. Актуализируются вопросы, связанные с интерпретацией информации о месте и пространстве. Общество действительно все в меньшей степени можно назвать информационным – представления, складывающиеся в т.н. «массовом сознании», создаются в результате весьма специфических механизмов, которыми необходимо управлять [120].

Каждое место, каждый географический объект — это не просто реально наблюдаемые объекты. Необходимо говорить о том, что каждое место воспринимается и интерпретируется. Осмысление пространства становится предметом интереса все большего числа научных дисциплин, однако «исконной» наукой, имеющей дело с этими сущностями, остается география. Обращение гуманитарных наук к теме пространства, помимо общих философских причин, имеет под собой и еще одно основание — география не сумела «импортировать» многие разработки семиотики, лингвистики, культурологии и этнографии, которые связаны с интерпретацией информации и теорией и практикой мифологий.

И. И. Митин, пока, не стремится дать окончательное определение мифогеографии, предлагая продуктивный симбиоз географии и мифологии. К мифогеографическим исследованиям можно отнести многие гуманитарно-географические разработки, связанные с изучением пространственных представлений и мифов, географических образов и другого рода интерпретаций пространства и места. Анализ схожих разработок семиотики пространства [6, 49, 138] показывает, что основная специфика и основной акцент мифогеографии может быть смещен в пользу умения выделить особенный автономный контекст, который мог бы сформировать одну из множественных реальностей места, ориентируясь

на свою доминанту. Мифогеография суть выделение, изучение и синтез множественных контекстов (реальностей) места. Основной ее инструмент — игры с пространством, сводящиеся к особенным способам выделения специфических контекстов места [120].

В рамках *мифогеографии* возможна разработка модели системы пространственных смыслов – <u>палимпсества</u> [120]. Это множество разветвляющихся семиологических систем, поставленных в соответствие каждому конкретному месту. В основе *механизма* создания множественных контекстов места – *семиозис пространственных мифов*.

Каждое пространственное представление, их слагающее; каждая комплексная географическая характеристика места; каждый пространственный миф (т.е. каждый пласт), с одной стороны, автономен и актуализируется только в контексте своей доминанты, с другой стороны, есть часть всего палимпсеста. Каждый пласт построен как некая целостность, составленная из отобранных специально признаков (элементов) места. Текст пласта направлен на объяснение или иллюстрацию главного признака этого набора — доминанты. Каждый отдельный контекст за счет «стремления» к доминанте целостен, но неполон — он суть результат отбора признаков. В основе каждого контекста-реальности — некое пространственное представление, обусловливающее отличное от других рассмотрение места в системе других мест [120].

Обратимся теперь к нескольким частным аспектам, как бы создающим мифогеографию: концепции комплексных географических характеристик и механизму семиозиса пространственных мифов [121].

Понятие о «комплексных географических характеристиках» (далее КГХ) (по И. И. Митину). Основной задачей географии как пространственной (хорологической) науки остается *создание* комплексных географических характеристик. Среди множества методик и методологий следует выбрать два множества, объединенных идеологически. Об этом писал еще Альфред Геттнер, разграничивая образное и объяснительное описание [43, с. 354–361]. Назовем их <u>двумя путями к комплексности:</u>

- 1) аналитический основывается на структурировании, классификации и таксономизации всей информации о месте;
- 2) синтетический имеет в своей основе отбор единиц информации и стремление к целостному ее представлению в ущерб полноте.

Получающиеся в итоге применения этих двух идеологий тексты о местах можно назвать, воспользовавшись терминами основателя советской экономической географии Н. Н. Баранского — соответственно *описанием* и *характеристикой*. «В описании идут в определенном порядке от полочки к полочке, от номера к номеру, не отбирая признаков по важности, не заботясь о внутренней связи. Для характеристики отбираются важнейшие черты, отличающие данную страну от прочих; эти черты приводятся в определенную связь между собой, в определенную систему, из них выделяется ведущая, занимающая в этой системе центральное положение» [7, с. 166].

- И. И. Митин: принцип структурирования всей информации как предмета анализа лежит в основе создания описания, а в основе синтеза характеристики лежит отбор «выдающихся» единиц информации [120].
- И. И. Митин считает, что более продуктивен синтетический путь к комплексности. Главное свойство, что все элементы места не разделяются по родовой принадлежности. Они объединяются вокруг одной или нескольких доминант. Доминанта это некий главный признак места (наподобие того, как в архитектуре доминанта есть ведущий элемент в системе восприятия архитектурного ансамбля). Каждая настоящая комплексная географическая характеристика содержит в себе указание на разнородные элементы места, объединенные единым принципом объяснения связи между ними доминантой. «Стремление» текста характеристики к доминанте определяет и обеспечивает ее целостность [120].

Таким образом, в характеристике любого места основой становится установка на *отбор информации* с целью описания мест по выделенным *субъективно* каждым исследователем и *индивидуально* для каждого места *доминантам* и последующее их возможное объединение через внутренние и внешние *текстуальные переплетения* [120, с. 48].

Важно подчеркнуть, что исследования по отработке синтетического метода создания КГХ связаны:

- 1) с кооперацией географии с гуманитарными наукам;
- 2) с отражением и выражением не собственно территории, а ее восприятия. В этой связи закономерно и наше обращение в рамках мифогеографии к описанию представлений о пространстве, формирующихся в процессе восприятия и оценки мест [121].

Согласно научным представлениям о мифе, «это не выдумка, но – наиболее яркая и самая подлинная действительность» [112, с. 396]. И. И. Митин считает тогда, что миф – это реальность, предлагая рассматривать пространственные представления (интерпретации реальности) как мифы; продуктивной представляется модель комплексных географических характеристика как мифа. Каждый пласт палимпсеста реальностей – это некий пространственный миф, ибо миф есть некоторая интерпретация предстоящей ему по иерархии семиологической системы (языка, пространства, места или уже созданной комплексной географической характеристике, например).

Миф есть вторичная семиологическая система. Миф есть интерпретация языка — соответственно, и комплексная географическая характеристика места есть интерпретация пространства, в которой смысл превращается в форму, а значение становится новым, формируется метапространство. Процесс создания и трансформации комплексных географических характеристик мест есть бесконечный процесс семиозиса пространственных мифов [121].

В своих теоретических построениях представители культуроцентричного направления гуманитарной географии исходят из структурно-семиотического подхода (Р. Барт, Вяч. Вс. Иванов, Ю. Кристева, Ю. М. Лотман, К. Леви-Стросс, Ю. М. Лотман, Е. М. Мелетинский, В. Н. Топоров, Б. А. Успенский и др.), где миф рассматривается как древнейшая знаковая форма. Представители данного подхода изучают глубинную мифологическую семантику и фольклорные архетипы. По К. Леви-Строссу образ мира изначально строится на религиозно-мифологической картине мира, а мифологическое мышление носит метафоричный характер, смысл которого раскрывается в бесконечных трансформациях образов. По Р. Барту, в мифе имеются «две семиологические системы», миф строит метаязык (вторую семиологическую систему, в которой мифологические значения надстраиваются друг над другом) на основе языковой системы, языка (или иных, подобных ему способах репрезентации)» [9]. Наиболее яркие исследовательские позиции по отношению к мифу, с точки зрения формирования символов и образов мифологии и применимости их к культурному ландшафту, разработаны также в рамках символического (Э. Кассирер, А. Ф. Лосев) подхода и в лоне психоаналитической традиции (К. Г. Юнг, К. Кереньи) [171].

Мифология, трансформируя географические образы с заключенными в них архетипами в мифологические образы, выстраивает на локальном уровне мифологию местности (ландшафта). С одной стороны, локальная мифология становится транслятором универсальных архетипов и мифологем и прибегает к заимствованиям и адаптации элементов из древнегреческой, христианской, библейской и языческой мифологии (с этой точки зрения локальную «бажовскую мифологию» рассматривал в работе «Уральская Гиперборея» В. Н. Демин). С другой стороны, локально-мифологическое пространство заполняется уникальным наррамивом характерным только для данной местности. Таким образом, наблюдается «перетекание» географических образов в локальную мифологию, (локально) мифологических образов в образы культурного ландшафта, в свою очередь, образы культурного ландшафта, проецируясь заново на географический ландшафт, осознаются уже как часть реальных ландшафтов, часть уральской действительности [171].

- И. И. Митин формулирует три основных принципа, которыми обогащается методика и методология создания комплексных географических характеристик, благодаря внедрению представления о мифологиях в географию:
- 1) комплексная географическая характеристика как и миф должна *основываться на реальности*, опираться на нее, становясь просто следующей ее интерпретацией;
- 2) оценивать *потенциальных потребителей*, на которых нацелена характеристика, группа людей, обладающая некоторыми особенностями, которые надо учитывать.
- 3) рассматривать реальность как основу комплексной географической характеристика-мифа, учитывать сложившиеся установки сознания: некоторые стереотипы. У всех людей уже есть некое представление о большинстве мест на земном шаре, несмотря на то, что они далеко не везде бывали эти представления надо непременно использовать. Создавая новые штампы (т.е. переводя пространство в новое метапространство), пользоваться уже созданными [120, с. 58–77].

Заложенное в комплексной географической характеристике-мифе побуждение (*message*) должно органично и неявно встраиваться в текст, становясь *естественным выводом* из представленных предпосылок. «Главный принцип мифа – превращение истории в природу. Отсюда понятно, почему в глазах потребителей мифа его интенция, адресная обращенность понятия могут оставаться явными и при этом казаться бескорыстными: тот интерес, ради которого высказывается мифическое слово, выражается в нем вполне открыто, но тут же застывает в природности; он прочитывается не как побуждение, а как причина» [9, с. 255].

Комплексная географическая характеристика — это суть интерпретация пространства исследователем, — создание пространственного
мифа. Одно из главных свойств настоящих комплексных географических характеристик — множественность контекстов и авторов. Каждый
элемент характеристики актуален только в контексте своей доминанты.
Так складывается сложная бессистемная структура, в которой одни характеристики места накладываются на другие, формируя палимпсест.
Каждый этнос, каждая культура, каждая цивилизация стремится создать картину Своего пространства, таким образом, создавая какоголибо рода географические характеристики. Это суть традиционно длительный процесс семиозиса пространственных мифов; друг на друга накладываются множественные взгляды на место, и только так формируется, наконец, современная нам картина пространства. Оно сплошь состоит из мифов, наслоенных друг на друга в палимпсесте парадигм, культур, восприятий [121].

Понятие «множественности реальных мест» (по И. И. Митину). Мифогеографическая модель палимпсеста составлена из пластов, каждый из которых одновременно — комплексная географическая характеристика и миф, построенные по своим определенным выше правилам. Палимпсест показывает, как сосуществуют множественные элементы комплексных географических характеристик; как могут согласоваться доминанты места; как уживаются множественные комплексные географические характеристики одного и того же места [120].

Так осуществляется переход от множественности контекстов, в которых существуют различные доминанты комплексной географической характеристики места – к *множественности реальностей места*. Гео-

графическая реальность в мифогеографии становится как бы более *пластичной*. Можно не просто говорить о реально выявляемых территориальных социально-экономических системах, а находить *особенные* точки зрения на отдельные объекты. Допустимо выявлять с известной мерой условности и произвольности *значимые в отдельных контекстах пласты* объектов и черт места [121].

Понимание реальности места как множественности сосуществующих контекстов позволяет «играть» пространствами, продуктивно *изучать* представления о пространстве, местные географические мифы, общестрановые ментально-географические структуры (когнитивные пространственные сочетания) и т.д. [121].

Мифогеография не обязательно имеет дело именно со «смыслом места», не обязательно стремится найти особенные мифы места, представляющие его в восприятии и/или воображении. Обращение к мифогеографии индицирует, в первую очередь, изучение множественных реальностей места. Они, действительно, на наш взгляд, формируются в процессе семиозиса и могут быть рассмотрены как семиологические системы. Для географии важнее то, что каждая из этих реальностей суть определенный контекст, т.е. набор признаков места, принципиальными чертами которого являются:

- 1) стремление всех этих признаков объяснить или проиллюстрировать главный из них  $\partial$ *оминанту* (т.е. смысловая *целостность* и структурированность);
- 2) особый взгляд на место, предполагающий *отличное от других* рассмотрение места в системе других мест другими словами, в основе каждого контекста должно лежать особенное пространственное представление;
- 3) неполнота контекста по сравнению с целостной картиной места палимпсестом; представимость каждого контекста как результат отбора признаков места с определенными исходными установками [171].

«Множественность уровней возникает как плата, внесенная мифической мыслью, чтобы иметь возможность перейти от непрерывного к прерывному» [108, с. 324]. Множественность есть крайне географическая черта КГХ-мифов – она основана на сложности представления кон-

тинуального географического пространства в виде пространства смыслов или пространства доминант (т.е. дискретных пространств).

Подытоживая вышесказанное, сформулируем кратко <u>суть механизма семиозиса пространственных мифов (по И. И. Митину)</u>:

- 1) В процессе бесконечного семиозиса пространственных мифов создается множество реальностей одного места. Суть этого процесса в бесконечной интерпретации (оценке, описании, анализе и т.п.) пространственных представлений. Множественность достигается обращением к разным аспектам самого места, анализом исходных текстов различного уровня иерархии, а также множественностью авторов.
- 2) В результате каждому месту в соответствие может быть поставлен палимпсест, представляющий из себя множество разветвляющихся семиологических систем, имеющих внутреннюю иерархию.
- 3) Каждое пространственное представление, их слагающее, каждая комплексная географическая характеристика места может быть рассмотрена как самостоятельный пространственный миф. Такой миф суть целостная автономная знаковая система, организованная в смысловом отношении на основании отбора признаков и устремлении их к доминанте [121].

Мифогеография дает множество новых возможностей в деле интерпретации пространства и места, социокультурного проектирования и многих чисто прикладных сфер деятельности. Можно рассматривать географические представления в массовом сознании, определяя его как особенный контекст места. Человек, зачастую, представляет себе мир таким, каким его рисуют средства массовой информации; таким, каким ему позволяет его видеть личный «географический» опыт; в любом случае — вовсе не таким, каким он является объектом изучения традиционной географии. Но именно в этом поле — в пространстве пространственных представлений людей — и формируются экономические, социальные и культурные инновации, принимаются решения, действуют важнейшие акторы общественной жизни. Значит, выделение множественных контекстов места, изучение географии места как множественных реальностей — полезно еще и для управления [121].

Открываются механизмы и инструменты намеренного создания коннотативных интерпретаций сложившихся пространственных ми-

фов, «игр с пространством», конструирования имиджей территорий любого ранга. Это есть важная практическая задача, осуществление которой наиболее целесообразно проводить именно через обращение к методологии комплексной географической характеристике и особенностям семиозиса пространственных мифов и представлений [121].

Технологии связей с общественностью (PR) позволяют успешно манипулировать так называемым общественным сознанием, создавая постоянно новые реальности и/или модифицируя существующие. Этот процесс может быть адекватно смоделирован при помощи обращения к изучению функционирования семиологических систем — пространственных мифов. Имидж есть «не рисунок, не калька, не разработанное в мельчайших деталях, точное изображение, а скорее несколько деталей, оказывающих эмоциональное воздействие» [93, с. 301].

Объединение и взаимодополнение идеологии, методологии и методики комплексных географических характеристик, пространственных представлений (мифологий) и имиджей позволит эффективно и современно влиять на социально-экономическое, культурное и политическое развитие регионов России путем трансформации имиджей местностей и приращения сводов пространственных мифологий.

Пространство места, в котором действительно живут люди, в котором развивается общество – не просто состоит из реальных наблюдаемых объектов; оно суть сложная структура (палимпсест), созданная в процессе бесконечного семиозиса пространственных мифов [121].

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Дайте собственное определение понятию «мифогеография»?
- 2. Какие гуманитарно-географические разработчики можно отнести к мифогеографическим исследованиям?
- 3. Как вы понимаете понятие «модель системы пространственных смыслов»?
- 4. Поясните выражение «комплексные географические характеристики» применительно к географии. Какие три основных принципа при этом выделяет И. И. Митин?
  - 5. Поясните понятие «множественность реальных мест»?

### ГЛАВА 3.

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ОСНОВЫ ТУРИСТСКОГО ЛЕГЕНДИРОВАНИЯ

## 3.1. К определению понятия «туристская легенда» и «туристское легендирование

Базовые понятия: легенда, миф, туристская легенда, туристское легендирование, мифологизация пространства, событийно-фактологическая основа туристской легенды, объект и субъект туристского легендирования.

Вместе с термином «легенда» традиционно принято называть синонимы «миф» и «вымысел». Под легендой обычно понимают эпический рассказ о каких-то далеких (или недавних), необычных, интересных и загадочных событиях, которые в реальности могли и не происходить. Официальная наука всегда подчеркивает, что практически любая легенда или миф могут не иметь в своей основе достоверных фактов и сведений. В тоже время история научных открытий знает немало примеров, когда легенды многовековой давности вдруг обретают очертания научной гипотезы, находят в процессе научного поиска объективные подтверждения и становятся реальностью.

Слово «легенда» в переводе с латинского языка обозначает вошедший в традицию устный народный рассказ, в основе которого фантастический образ или представление, воспринимающиеся рассказчиком и слушателем как достоверные [19]. В специальном терминологии термин «легендирование» буквально означает: «подготовка легенды и доведение ее до противника так, чтобы он принял ее за объективный факт».

Есть и другое мнение, – легенда, как правило, описывает события, которые были на самом деле. Но так как большинство легенд начали формироваться еще тогда, когда письменности не было, а потому сведения передавались из уст в уста, и с каждым новым рассказчиком добавлялись какие-то новые элементы, красочные детали, и легенда постепенно трансформировалась [95].

Сегодня немало легенд наблюдается в основе, либо дополнении к объектам туристского показа с целью придания целостности объекту. Именно легендирование (процесс доведения легенд до слушателя) способно вызвать первоначальный интерес у туристов и заинтересовать их во время показа.

Не следует думать, что легендами в туристском легендировании может считаться только объем информации, характерный для дописьменной эпохи или недосказанный научно. Туристская легенда — чрезвычайно объемное понятие, которое включает в себя и любые известные факты, исторические события, деяния персоналий, реальность и объективность которых очевидны. Речь идет об интерпретации информации в вид и форму, легко усваиваемую туристами, так что легендами могут быть события сравнительно недавнего прошлого и даже настоящего. В обиходе часто приходится слышать: «Это событие станет легендой!.. Да он просто легендарен!.. О ней ходят легенды!..» [95].

Особое место в культуре занимает мифология — совокупность повествований, отражающих представления о мире, природе и человеческом бытии. Мифы рассказывают о происхождении Вселенной и человека, о богах и героях, о появлении «культурных благ» (огня, орудий). Содержание мифа обычным человеком мыслится как правда, как реально бывшее и существующее. Мир в мифе осмысливается как существующий «всегда». В мифе — опыт предков, он накапливался множеством поколений, и всегда рассматривается как достаточно «надежный». В мифе сосредоточены мудрость предков и традиции.

Миф – это не просто представление о мироустройстве и месте человека в нем. Миф – это целостное знание-представление о мире; это «ключ» к пониманию происходящего; это то, что связывает земное и небесное; он выступает в функции хранителя коллективной памяти (мемориальная функция) и одновременно сам является воплощенной памятью. Миф связывает и направляет социальную энергию, созидает кол-

лективы, обеспечивая координацию действий отдельных индивидов, формирует личностную и коллективную идентичность, созидает, структурирует пространство социальной жизни прежде всего, как пространство символическое [167].



Рис. 2. Гипотетическая схема мифологизации (рождения легенды) исторического события во времени

Пошаговая схема на рис. 2 демонстрирует как с течением времени и исчезновением свидетелей, независимо от значимости, любое событие претерпевает искажение, теряет точную географическую и историческую основу, мифологизируется и в сознании последующих поколений обретает новые краски, стороны, дополнительные элементы и перерождается в легенду, миф или сказку. И наконец, легенда перерабатывается, теряет или обретает специальные черты, необходимые для встраивания легенды в туристский продукт.

Возможно, данная схема может иметь циклический характер так, что мифы и легенды могут служить основой для возникновения научных гипотез и начала поиска артефактов и территорий, где это событие (явление) могло происходить в реальности. Здесь ярким примером будет поиск и обнаружение легендарной Трои Генрихом Шлиманом [176].

Следует выяснить соотношение понятий «миф» и «легенда». В первом приближении, в рамках данного учебного пособия, будем рассматривать их в качестве синонимов. Однако рекомендуется в дальнейшем использовать понятие «легенда».

Миф – это определенный литературный жанр, передающий понимание человека о происхождении мира, и природных явлениях, и месте самого человека в этом мире. Сущность мифа и легенды, в принципе, одинакова, но имеет существенное различие во временных рамках.

Считается, что легенда содержит более реалистичную информацию, с большим количеством деталей.

Полагаем, что в процессе развития туристского легендирования, как прикладной дисциплины, миф и легенда выйдут из разряда синонимов и появятся более четкие критерии их разделения. Сегодня усматривается лишь одна деталь — понятие «легенда» в современной культуре может применяться к событиям и персоналиям современности, получившим значительную известность.

Легенда и миф порождает туристский мотив, а по прибытию на турмаршрут турист должен получить объективную информацию, с разделением ее на:

- а) исторические факты;
- б) мифы и легенды, выбор о том, какую информацию считать релевантной за потребителем.

Традиционным следует считать вербальный способ передачи легенд во время экскурсии, показа и т.д. Однако здесь не все просто.

Г. Л. Тульчинский отмечает [168]: «Времена простого текста практически прошли. Благодаря электронным технологиям, текст предстает гипертекстом, нашпигованным гиперссылками, возможностями перехода в другие тексты. В этих текстах слова переплетаются с образами – рисованными, фотографическими, видео, анимацией. Отдельные буквы предстают символами». И далее: «Очевидно, процесс связан с общецивилизационным процессом, когда бизнес, трудовые отношения, полити-

ка, искусство, даже личность предстают как проекты, активизирующие и поддерживающие некоторые отношения, выступающие, как уже говорилось, как некие сети, если не одна единая мировая сеть» [18]. Поэтому форма подачи материала на экскурсии практически устарела, - любой турист или посетитель музея, имея доступ к Интернету, может мгновенно обратиться к значительному объему информации, не доступному в момент экскурсии даже самому экскурсоводу. «...в этой ситуации радикально меняются каналы и механизмы трансляции и усвоения знаний. В целом, уменьшается доля и значение дискурсивной практики, а значит и – связанной с нею линейной рациональности. В принципе, это соответствует и смене парадигмы рациональности, в том числе – научной, где за последние десятилетия прочно утвердились неклассические формы рациональности. Это еще одно объяснение почему современного «информационного» человека устраивает любая информация как научного так и околонаучного плана, так что мифы и легенды оказываются весьма кстати. Поэтому «сам читатель в этой ситуации уподобляется следопыту в мире культуры». В нашем случае речь идет о туристе, которого миф или легенда, стимулирует к путешествию.



Рис. 3. Событийно-фактологическая основа туристской легенды

Рис. З отображает, как, возможно, формируется событийнофактологическая основа туристской легенды. В основе лежит диалектический синтез фактов, сведений и информации, которые причудливым

образом преломляются и переплетаются между собой. Полагаем, что туристская легенда весьма избирательно относится не только к научнообоснованным и доказанным фактам, но точно также и к схоластическим с научной точки зрения источникам, к которым можно отнести сказки, былины, народные предания, часто не имеющие под собой реальных событий и доказательств. Поэтому туристская легенда объективно формируется, отбирая зачастую только ей известные сведения (факты, элементы, события), и в основе этого процесса находится индивидуальное и коллективное сознание туриста, — насколько те или иные моменты туристской легенды оказываются наиболее запоминаемыми и затрагивают те или иные аспекты человеческого мировоззрения. Поэтому к основам туристской легенды в равной степени можно отнести мифы и сказки, исторические хроники; доказанные факты и даже сведения, очевидно противоречащие здравому смыслу.

В туристской науке легенда — это своеобразный когнитивный «переход» между определенным набором сведений к удобной для усвоения самыми различными сегментными группами информации. Легенда — один из важнейших инструментов привлечения потенциального туриста.

Первоначально у человека возникает латентный интерес к какойлибо тематике в предполагаемой территории посещения. Он начинает сбор информации, в составе которой рассказы путешественников, книги, документы, общение в Интернет-сообществах, свидетельства очевидцев и т.д. Обычно в этом списке рано или поздно находится место вымыслу, мифам и легендам. На основе этой системы информации у человека появляется интерес, а затем внутри зарождается устойчивый мотив к путешествию, который со временем «вызревает» до реальной туристической поездки. Туристская легенда может быть одной из базовых основ туристского мотива, а в более широком смысле — это своеобразная миссия, философия практически любого туристского путешествия.

Виды легенд по релевантности информации:

1. Легенды, основанные исключительно на мифах, байках и рассказах. Обычно они не имеют под собой никакой объективной информации и проверить ее в силу различных причин не представляется возможным, даже если имеются разрозненные свидетельства очевидцев (например, «Зона 51» в США).

- 2. Легенды, основанные на некоторых хрониках, литературных произведениях, былинах, свидетельствующие о событиях, которые могли иметь место в историческом прошлом, однако доказать это сложно, поскольку либо сами источники подвергаются сомнению, либо не сообщают достоверной информации о времени и месте происхождения событий (Диалоги Платона, «Велесова книга», «Калевала», Библия, «Песнь о Вещем Олеге» и т.д.).
- 3. Легенды, основанные на реальных фактах и в определенной степени подтверждаемые архивными документами. Однако в последующие эпохи факты «обрастают» многочисленными мифами, особенно в случаях, когда свидетельские показания или документы продуцированы одной из сторон участников событий (например, «Золото адмирала Колчака»).
- 4. Легенды, противоречащие официальным документам и фактам, даже при наличии «якобы» свидетельств очевидцев. Примечательно, что такие легенды не менее устойчивы во времени и основаны на примате веры (например, «Башня Смерти» в Перми, «метро НКВД» и т.д.).

Таким образом, в первом приближении *туристское легендирование* — это совокупность методов и приемов по созданию легенды и доведению ее с помощью маркетинга, рекламы и пиара до потенциального и реального туриста.

**Цель** туристского легендирования: подготовка благоприятных условий по созданию когнитивной платформы, эффективно усваиваемой современными туристами, для решения реальных управленческо-административных задач, связанных с развитием туризма на конкретной территории, а также зарождению у потенциальных потребителей (гостей, туристов) устойчивого туристского мотива.

В определенном смысле мотивация туриста к путешествию *не за-ключается* в количестве и качестве отелей, сервиса и достопримечательностей в посещаемой территории. Скорее – в числе и наборе мифов, легенд и интересных фактов, которые турист получил, обнаружил, усвоил в качестве значимой для себя информации (например, «Молебский треугольник»).

В случае с туристской легендой речь идет о потенциальном потребителе, которого нужно заинтересовать, замотивировать и создать для него настолько привлекательный образ конкретной территории или ту-

ристского кластера (группа территорий, объединенная по каким-либо признакам), чтобы турист из потенциального гостя стал реальным.

Не каждую легенду, миф и образ следует относить к категории туристских. В списке общих образов, мифов и легенд, продуцируемых культурным ландшафтом, может быть немало негативных поводов, событий, происшествий и т.д. К выбору необходимых легенд для развития туризма в территории следует подходить конструктивно. Отбор легенд, претендующих на статус «туристская», должен соответствовать, в первую очередь, принципу позитивности. Хотя в некоторых случаях этот принцип не работает. Речь идет о посещении мест, связанных с политическими репрессиями, территорией крупных сражений, массовых захоронений и т.д. Правда, в этом случае у туристов, выбирающих такую поездку, будут свои мотивы.

Интересно поразмышлять, какие характерные черты отличают туристскую легенду от легенды вообще:

- 1) отсутствие необходимости в ссылке на конкретные даты, факты, географию происхождения;
- 2) сжатость изложения во времени с учетом включения туристской легенды в экскурсионную программу;
- 3) возможность подкрепления анимационными и театрализованными аспектами;
- 4) взаимосвязь с туристскими ресурсами, буклетами, символами, литературными источниками, сувенирной продукцией и т.д.

Туристское легендирование и легенда является не только значимой основой для туристского мотива, но и основой туристского бизнеса в каждом муниципалитете, а это настоящая экономическая диалектика, приводящая к коммерческому успеху.

Туристская легенда легко усваивается без особых корректировок практически любой сегментной группой.

Объектами туристского легендирования являются:

- туристские территории различного масштаба;
- туристские центры различного уровня;
- туристские локалитеты;
- отдельные учреждения, здания и объекты посещения (музеи, гостиницы, турбазы, этнопарки, заповедники и т.д.);

- ресурсы активного туризма (памятники, геологические объекты, ландшафты и т.д.);
  - ресурсы культурного туризма;
- туристические фестивали, праздники, мероприятия (например, «Катwa», «Пилорама», «Зов Пармы»);
- этнографические обряды, праздники, обычаи (например, «чердынская свадьба»);
- имена и географические названия, в том числе: топонимы, гидронимы, этнонимы и прочее. Например, имя «Пермь» и его происхождение;
- исторические факты и события (даже имеющие только гипотетическое подтверждение). Например, сражение чердынцев с ногайцами у деревни Кондратьева Слобода.
- литературные произведения. Например, город Пермь, выступающий в роли «Юрятина» в романе Пастернака «Доктор Живаго», сказка «Капризка» и т.д.
- деяния персоналий. Например, пребывание в Перми адмирала А. В. Колчака или житие Святого Трифона Вятского и т.д.

К субъектам туристского легендирования возможно относить индивидуумов, организации, общественные ассоциации, – всех, кто, так или иначе, заинтересован в том, чтобы в результате успешно проведенного легендирования, конкретная территория, населенный пункт, локалитет или туристский ресурс обрели положительный и привлекательный для потенциальных туристов имидж.

Субъектами туристского легендирования могут быть:

- юридические лица;
- индивидуальные предприниматели;
- некоммерческие партнерства;
- представители государственной власти (чиновники от туризма);
- туристские операторы и агенты;
- театральные и творческие коллективы;
- краеведы, экскурсоводы;
- частные лица в лице местного населения;
- туристы;

- объединения туристов, заинтересованных в конкретной тематике. Например, в «изучении аномалий» Молебского треугольника.
- объединения предпринимателей в туризме. Например, Пермская туристическая гильдия.

Таким образом, **туристская легенда (миф)** — это управляемый и динамичный комплекс информации, разработанный на основе имеющихся туристских ресурсов территории, истории ее формирования и развития, эпосов, фольклора, культурных ландшафтов, которые продуцируют образы географического пространства и типичные метасистемы с целью достижения конкурентного преимущества и привлечения в регион потенциальных туристов.

**Туристское легендирование** – это прикладная дисциплина и одновременно процесс сбора, обработки и подготовки тематической информации, с целью разработки для конкретной территории туристской легенды (комплекса легенд), в качестве особого туристского ресурса и конкурентного преимущества.

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Что традиционно понимают под термином «легенда» в литературе, специализированных отраслях, в общеупотребительном смысле.
- 2. Объясните разницу между понятиями «легенда» и «туристская легенда». Ответ подкрепите примерами.
  - 3. В чем разница между понятиями «легенда» и «миф»?
- 4. Проанализируйте рис. 2 и приведите пример мифологизации исторического события во времени.
- 5. Из каких источников формируется событийно-фактологическая основа туристской легенды?
  - 6. Перечислите объекты и субъекты туристского легендирования.
- 7. Попробуйте дать собственное определение понятию «туристская легенда» и «туристское легендирование».

## 3.2. Туристское легендирование: цель, задачи, методы, подходы и методологические аспекты

Базовые понятия: цель, задачи, методы, подходы и методологические аспекты туристского легендирования.

Основными понятиями туристского легендирования являются базовые понятия гуманитарной географии:

- географический образ;
- культурный ландшафт;
- этнокультурный ландшафт;
- мифологизация пространства;
- метасистема;
- пространственный или локальный миф (региональная мифология).

**Цель** туристского легендирования как прикладной дисциплины — поиск, выделение и разработка базовых туристских легенд, придание им статуса туристского ресурса и бренда для практического применения в развитии территории.

Для реализации поставленной цели в процессе изучения дисциплины предусматривается решение ряда задач. К основным задачам туристского легендирования следует отнести:

- 1. Определение содержания учебной дисциплины «Туристское легендирование».
- 2. Анализ методологических основ туристского легендирования, как прикладной дисциплины в сфере культурной, гуманитарной и имажинальной географии.
- 3. Раскрытие базисных положений и операционализация основных понятий, терминов и категорий дисциплины.
- 4. Выявление обязательных составляющих и структурных элементов туристской легенды, мифа, образа.
- 5. Характеристика основных видов туристских легенд, а также проведение возможной классификации и типологии.
- 6. Усвоение основных базовых категорий, понятий и концепций культурной, гуманитарной, имажинальной и мифогеографии.

7. Разработка концептов образно-географических схем, карт и карты образно-географического рельефа Пермского края.

**Объект** туристского легендирования – культурный ландшафт территории, пространственные и мифологические образы им продуцируемые. При этом легендам отводится приоритетная роль в туристском потенциале территорий, которые должны использовать туристские ресурсы и инфраструктуру, связанные с легендами, в тематическом соответствии.

**Предмет** туристского легендирования — туристские легенды, мифы и образы и их роль в совокупном туристском потенциале территорий. Важнейшие характеристики и разновидности туристских легенд, а также совокупность методов их поиска, разработки и описания, применительно к туристским условиям конкретных территорий. Особое внимание следует уделять туристским легендам и образам, имеющим приоритетное, брендовое значение для развития туризма.



Рис. 4. Три направления туристского легендирования по базовым основам туристского ресурсоведения

По виду легенды, лежащей в основе процесса легендирования, можно говорить об историко-культурном, геополитическом, экологическом, этноконфессиональном, топонимическом, зарубежном, туристском и другом легендировании.

Туристское легендирование, как прикладное направление, функционирует на междисциплинарной основе на стыке культурной (гуманитарной) географии, истории, культурологии, философии, психологии, туристского маркетинга и т.д.



Рис. 5. Схема взаимодействия туристского легендирования с другими направлениями культурной географии

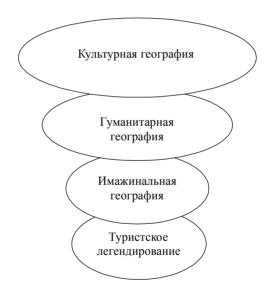


Рис. 6. Схема иерархического взаимодействия туристского легендирования с другими направлениями культурной географии



Рис. 7. Схема гносеологических междисциплинарных взаимосвязей туристского легендирования

Туристское легендирование связана с дисциплинами «Экскурсионное дело», «Маркетинг территории», «Реклама», «РR», «Туристское ресурсоведение», «Эффективные продажи», «Этнология» и т.д.

Туристское легендирование может быть пропульсивным базисом для дисциплины и практики экскурсионного дела. Имеющиеся методики и школа «советского» экскурсионного дела сегодня уже не удовлетворяют требованиям современного туристского спроса. Туристам нужна тайна, загадка, возможность прикоснуться к неведомому, возможность самому постичь Смысл и усвоить Образы. Этому способствуют многочисленные телепередачи и Интернет настолько, что объективной исторической реальности, в определенном смысле, уже не существует, как нет никакого смысла транслировать факты, цифры и даты, как это делалось 20 лет назад. Например, поклонникам творчества Б. Л. Пастернака в Перми, как городе, видится Юрятин, а в Молебском треугольнике — аномальная зона (даже если ее там никогда не было).

Туристское легендирование это еще и важный научно-прикладной раздел туристского ресурсоведения и туристской науки в целом, в сфере интересов которого находятся вопросы концептуализации, сбора, изуче-

ния и комплексной оценки туристских легенд отдельных территорий с целью придания им статуса туристских ресурсов и важных составляющих бренда.

Базовой следует признавать туристскую легенду, которая в перспективе сможет стать основанием для территориальных туристских брендов. Именно они и станут определяющими образами, по которым узнается туристский регион. Выбор базовых легенд нельзя проводить, исключительно следуя анализу внутренней среды и потенциала региона, а только после анализа восприятия образов конкретной территории из внешней среды, например, через Интернет – опросы.

Применяемые в туристском легендировании методологические принципы: системности, актуализма, историзма, диалектики, социального подхода, всесторонности, принцип опоры на исторические источники, анкетирования.

В туристском легендировании основным методом является анкетирование и статистический метод при обработке анкет. В прикладном плане анкетирование проводится в выбранной территории с целью фиксации разнообразных спектров смысловых конструкций, восприятия пространственно-географических образов и их метасистем.

К числу значимых методов туристского легендирования следует отнести графический, картографический, сравнительно-описательный методы.



Рис. 8. Основные методы туристского легендирования

Под методом описания в легендировании понимается сбор всех имеющихся туристских легенд, мифов и образов территории, обобщения полученного материала, его систематизация, объяснение и построение метасистемы образов, которые были бы привлекательны для туристов. Описание составляет основу туристского легендирования, так как все

комплексные характеристики ресурсного потенциала туристских районов представляют не что иное, как результат описания. Уже отмечалось, что туристская легенда объективно может претендовать на статус туристского ресурса.

Среди методов обработки собранного материала в туристском легендировании можно использовать:

- 1) метод классификации;
- 2) метод типологии;
- 3) метод таксономии.

Для систематизации обработанной информации и ее выражения в образной форме можно использовать методы:

- 1) графический;
- 2) картографический;
- 3) районирование;
- 4) комплексный.

Теперь рассмотрим эти и другие методы более подробно.

**Метод сравнения** – используется в эмпирических исследованиях в легендировании с учетом следующих требований:

- 1) сравниваться должны лишь такие явления, между которыми может существовать определенная объективная общность (образы, легенды, метасистемы, исторические факты и т.д.);
- 2) для познания объектов их сравнение должно осуществляться по наиболее важным, существенным (в плане конкретной познавательной задачи) признакам;
- 3) сравнивать можно только одномасштабные объекты или регионы одного таксономического ранга.

Это один из самых распространенных методов, активно используемый на всех уровнях. Среди недостатков следует отметить, что чрезмерная увлеченность этим методом не позволяет выйти на более конструктивные предложения. Многие исследователи, к сожалению, ограничиваются этим уровнем.

**Исторический (историко-географический) метод** — позволяет исследовать возникновение, формирование и развитие процессов и событий в хронологической последовательности с целью выявить внутренние и внешние связи, закономерности и противоречия. В основе большинства легенд, мифов и образов в частности могут быть реальные события

исторического прошлого. Из-за отсутствия необходимых исторических фактов и доказательств событие дрейфует в сторону народного фольклора и эпоса. Следует понимать, что современному туристу историческая достоверность нужна не всегда, – куда важнее динамика и яркость туристского показа.

Этот метод особенно перспективен для туристской анимации, экскурсий, региональных фестивалей, когда историческая эпоха или событие с помощью реконструкций или любого другого вида визуальной трансляции позволяет туристу ощутить себя участником прошедших событий. В Пермском крае десятки исторических страниц могут стать основой для формирования туристских ресурсов и легенд в том числе: коренные народы края, история освоения Прикамья русскими, эпоха Строгановых, сибирский поход Ермака, «горнозаводская цивилизация», Пугачевский бунт на территории губернии и т.д.

**Картографический метод**. В легендировании предлагается применять следующие методы:

- 1) разработка образно-географических карт и схем (один из основных методов гуманитарной географии) [64];
  - 2) разработка карт и картоидов образно-географического рельефа;
- 3) графический анализ карт для выявления пространственных закономерностей в распространении туристских легенд и мифов.

Это перспективный и визуально-значимый метод для туристского легендирования, который при этом обладает рядом недостатков. Методу не хватает динамичности, он достаточно сложен и требует дорогостоящих затрат. Ситуацию могут изменить новые программные продукты, где интерактивные электронные карты могли бы периодически обновляться и демонстрировать динамику развития туристских явлений практически в реальном времени.

**Количественные методы** в туристском легендировании используются недостаточно, за исключением случаев, когда применяется статистический метод для обработки анкет. При разработке карт образногеографического рельефа для интенсивности послойной окраски требуются численные методы. Используются показатели (например, общее количество туристских мифов и легенд, характерных для исследуемой территории) по схеме: чем выше показатель, выраженный в единицах (одна легенда = 1 балл), тем выше интенсивность послойной окраски.

Возможно, количественные методы в будущем будут использоваться более широко в туристском легендировании при переходе к трехмерным (объемным) образно-географическим картам с использованием компьютерной техники. Актуальность таких карт, а значит и численных методов, заключается в необходимости проведения большого количества когнитивных связей между выделенными объектами. Двухмерная графическая модель в этом случае становится либо не читаемой, либо не полной.

Метод системного анализа — совокупность приемов и методов для изучения сложных систем, представляющих совокупность взаимодействующих между собой элементов. Сущность системного анализа состоит в том, чтобы выявить эти связи и установить их влияние на поведение всей системы в целом. Когнитивные метасистемы могут отличаться необычайной сложностью и разнообразием как по числу составляющих элементов, так и связей между ними. Говоря о комплексе туристских легенд, характерных для крупных территориальных единиц, системный анализ позволяет выстроить сложную иерархическую систему, что важно и в прикладном плане, например, для разработки туристских продуктов и экскурсий.

Метод моделирования представляет собой точную материальную копию исследуемого объекта, которая в процессе исследования замещает объект-оригинал так, что его непосредственное изучение дает новые знания об исследуемом объекте. В соответствии с данным определением моделирование представляет собой процесс построения, изучения и применения моделей.

Функции моделей:

- 1) психологическая (возможность изучения тех явлений, которые трудно исследовать иными методами),
- 2) собирательная (определение необходимой информации, ее сбор и систематизация),
- 3) логическая (выявление и объяснение механизма развития конкретного явления),
- 4) систематизирующая (рассмотрение действительности как совокупности взаимосвязанных систем),
  - 5) конструктивная (создание теорий и познание законов),
  - 6) познавательная (содействие в распространении научных идей).

Метод моделирования в туристском легендировании является весьма перспективным, особенно в случаях проектирования различного рода мероприятий. Что же касается некоторых образов и отдельных метасистем, то без метода моделирования здесь, вероятно, просто не обойтись, с тем чтобы донести до всех заинтересованных сторон именно ту систему образов, которую, например, предлагается использовать для разработки туристских проектов и экскурсий.

В основе практически всех методов туристского легендирования лежат междисциплинарные подходы.



Рис. 9. Основные научные подходы к туристскому легендированию

В перспективе для реализации целей и задач туристского легендирования возможно привлекать и другие подходы и методы исследования.

Методологически сложно определить **взаимоотношения понятий «образ», «культурный ландшафт» и «туристская легенда»**. В первом приближении попробуем объяснить это в качестве примера. Вам предстоит поход в кино, – в роли культурного ландшафта будет выступать

кинотеатр, оформление зрительного зала, общая атмосфера и стиль культурного центра (где находится кинотеатр) в целом. Туристская легенда, в своей длительности, подкрепленная экскурсионным и анимационным сопровождением, будет претендовать на роль демонстрируемого фильма. Образ(-ы) займут место впечатлений зрителя во время просмотра фильма в виде череды запоминающихся эпизодов. Во время и после просмотра фильма человек сможет сформировать собственную и индивидуальную когнитивную систему.

Вообще, в сравнении образа и туристской легенды можно говорить соответственно, как о статике и динамике. Легенда может включать одновременно любое количество образов, также как и за ярким образом может скрываться легенда. В тоже время это несколько примитивное сравнение, поскольку образ географического пространства может иметь различные формы выражения. Тогда как легенда может рождать образы, что называется «на пустом месте», хотя лучшее усвоение легенды будет происходить в сопровождении аттрактивных ландшафтов и туристских ресурсов, имеющих к ней непосредственное отношение (пусть даже иногда опосредованное). В любом случае предлагается рассматривать понятие «образ» и «туристская легенда» как диалектически взаимосвязанные и взаимоопределяющие, проникающие друг в друга понятия.

### Контрольные вопросы и задания:

- 1. На какие базовые понятия гуманитарной географии опирается в своей методологии дисциплина «туристское легендирование»?
  - 2. Сформулируйте цель и задачи туристского легендирования.
- 3. С какими направлениями культурной географии взаимодействует туристское легендирование?
  - 4. Перечислите основные методы туристского легендирования?
  - 5. Какие подходы применяются в туристском легендировании?

## 3.3. Роль и значение туристского легендирования в развитии туристской территории

Базовые понятия: туристское легендирование, туристская территория, локалитет, нейминг, туристские ресурсы, план описания туристской легенды, туристский продукт, имидж территории, результат легендирования для территории, бренд территории, базовая туристская легенда.

Туристское легендирование представляет собой прикладную часть культурной (гуманитарной) географии, как дисциплины и научного направления. Туристское легендирование — комплексная междисциплинарная прикладная дисциплина, занимающаяся сбором, обработкой туристских легенд и мифов с целью создания на их основе привлекательных образов географического пространства. Образ лежит в основе базовых туристских мотивов, а значит туристское легендирование — дисциплина, способная выделить перечень базовых туристских легенд, играющих значимую роль в росте туристской привлекательности территории. Базовые легенды должны находиться в основе ведущих туристских брендов, разработанных в целях продвижения туристской территории.

Туристское легендирование имеет в основе географический базис, поскольку практически каждый миф и легенда имеют привязку к конкретной территории и группе туристских ресурсов (природного и культурного плана). Туристское легендирование может реализовывать свои функции на всех иерархических уровнях географического пространства: от локалитета до туристского кластера, региона, страны и даже континента.

В любом регионе, муниципалитете, туристском локалитете и даже поселении, уголке природы, как говорит А. И. Зырянов, — «местечке» [73] могут найтись свои, пусть скромные, но уникальные мифы, легенды, аттрактивные образы, свои «манящие заречья». Это существенным образом меняет стратегию развития туризма в этих территориях. Одним качеством сервиса и гостеприимства в сфере услуг и социокультурной сфере вообще не добиться привлечения туристов. Нужен еще тайный мотив, который как раз может скрываться в сфере туристского легендирования.

По аналогии с идеей Ю. А. Веденина [29] отметим, главная задача туристского легендирования заключается не столько в том, чтобы найти и описать новые туристские легенды и образы в местах, до сих пор не

освоенных туристской отраслью, а обогатить туристский потенциал уже освоенных мест, обустроенных туристскими учреждениями, доступными для потенциальных туристов.

Туристские легенды должны рассматриваться как важнейший фактор развития туризма в территории и как обязательная составная часть туристского продукта. Специфика, состав и образы, формируемые под влиянием туристских легенд региона, должны определять особенности и структуру регионального туристского продукта. Туристские легенды способны определять специфику и тематику развития туризма в регионе, влиять на формирование приоритетных направлений инвестиционной политики. Туристское легендирование способно определять состав, структуру, границы и нейминг туристских кластеров; направления и развитие ведущих туристских маршрутов. Каждому региону России и муниципалитету важно составлять кадастр туристских легенд, который в дальнейшем может стать объективной основой для разработки региональных долгосрочных концепций и программ по развитию туризма; краткосрочных стратегий по разработке эффективных туристских продуктов.

Туристская легенда — это значимый и в тоже время малозатратный маркетинговый способ по приглашению туристов в регион как в целом, так и по календарному плану туристских и социокультурных мероприятий.

Продвинутая до потенциального потребителя туристская легенда — это подлинное конкурентное преимущество для территории, которая способна даже при скромных финансовых условиях создавать привлекательный образ региона туристского кластера или локалитета. Локалитет — ограниченный участок территории, обладающий определенным набором свойств, делающих его привлекательным для целей туризма (например, камень Ветлан и прилегающий к нему берег Вишеры).

Главной проверкой качества туристского легендирования и выбранных базовых туристских легенд будет зарождение туристского мотива и увеличение туристских потоков на конкретную территорию.

Легендирование — это средство для эффективного «усвоения» туристской информации, а значит, может считаться сферой интересов социокультурной инноватики и туристского маркетинга.

Легендирование — эффективный механизм борьбы с черным пиаром и черными легендами региона, которые в силу организации человеческой психики запоминаются лучше, чем позитивная информация. На-

пример, на вопрос к гостям первый раз посетившим Пермь: «Пермь, повашему, это...», – обычно следуют такие ответы как: «Реальные пацаны», «Хромая лошадь», «Березниковский (пермский) провал», «Бешеный автобус, трамвай», «Боинг» и т.д. и т.п. Аналогичная ситуация например с Соликамском – соляная столица России больше известна всем гостям как ссыльно-тюремный центр (тюрьма «Белый лебедь»), «благодаря» шансону. Говоря о Прикамье в целом, обычно ассоциативный ряд начинается с Музея политических репрессий «Пермь-36».

В действительности проблема узнаваемости пермских образов реально существует. На вопрос к жителям краевого центра: «Какой объект, здание, памятник или образ Вы бы назвали исключительно пермским?», анкетируемые не могут дать практически никакого ответа. В ряде случаев фигурирует лишь здание Галереи, герб Пермского края и Медведь как символ. Однако изображение медведя достаточно часто используется на гербах многих российских городов, а иностранцами воспринимается как символ России в целом.

Среди туристских ресурсов Прикамья объектами легендирования могут быть [185]:

- 1. Природные туристические ресурсы:
- скалы и камни (например, Полюд);
- пещеры (Кунгурская Ледяная пещера);
- озера (озеро Адово);
- реки (Чусовая);
- ландшафты (Предуральские ковыльные степи);
- водопады (Плакун);
- горы (Главный Уральский хребет) и т.д.
- 2. Историко-культурные объекты:
- памятники (пермская деревянная буква «П»);
- памятники архитектуры (особняк купца Грибушина, г. Пермь);
- музеи под открытым небом (Хохловка, Музей истории соли);
- исторические факты и события («Золото Колчака»);
- памятники культуры и т.д.
- 3. Социокультурное объекты и мероприятия:
- объекты стрит-арта;
- фестивали («Белые ночи», «Катwa»);

- флеш-мобы, акции;
- этнографические праздники и т.д.
- 4. Эпос, обряды, традиции и обычаи коренных народов:
- национальные праздники («Сарчик», «Гульбище на Говорливом»);
- обряды (чердынская свадьба);
- поклонение и подношение древним языческим божествам (праздник медведя у манси, традиция посещения капища священного места);
  - национальная кухня (пиво «Сур», пистики);
  - погребальные обряды и т.д.

Разработка туристских легенд может способствовать как краткосрочным так и долгосрочным целям туристской территории:

- 1. Стратегия и тактика трансляции туристской информации о территории для потенциальных туристов и посетителей.
  - 2. Маркетинговые средства доведения информации до туристов.
  - 3. Повышение лояльности потребителей туристского продукта.
  - 4. Расширение рынка туристских услуг
  - 5. Рост продаж туристского продукта территории.
- 6. Формирование благоприятного имиджа туристской территории и ее репутации.
- 7. Повышение запоминаемости и узнаваемости туристской территории в информационном пространстве вследствие ее образной идентификации.

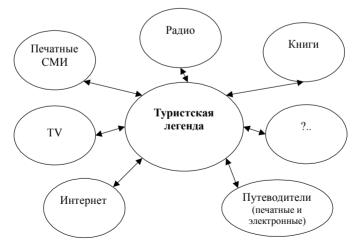


Рис. 10. Взаимодействие туристской легенды с информационной средой

В целях упорядочения подготовки легенды для использования в туризме рекомендуется придерживаться примерного план описания туристской легенды (мифа)

- 1. Название общеупотребительное в народном эпосе и среди обывателей, аборигенов и т.д. В некоторых случаях территориальные корни легенды могут отсутствовать или на это могут претендовать сразу несколько территориальных образований. В любом случае, при использовании легенды в туризме, ее надо «приземлить», привести к территориальному базису.
- 2. Место происхождения легенды регион, муниципалитет, городской округ, отдельная территория, населенный пункт (город, село, деревня), ландшафтный памятник или природный объект (гора, река, пещера).
- 3. Общее описание легенды. Рекомендуется научно-популярный или литературно-художественный стиль, доступный для восприятия самыми широкими слоями населения, интригующий, загадочный, с элементами недосказанности. Туристам и экскурсантам можно предлагать различные викторины, откладывать повествование легенды на определенный период. Рекомендуется использовать яркие географические образы и туристские ресурсы в качестве объектов показа.
- 4. Фото- и видео- материалы презентацию, трансляцию легенды необходимо сопровождать визуальными образами.
- 5. Маршрут и трансфер. Для понимания места легенды в туризме территории рекомендуется проработать вопросы трансфера и хотя бы на тезисном уровне туристского маршрута, оценив качество дорог, туристской инфраструктуры, сервиса, связи, доступности территории вообще.
- 6. Ссылка на источники (литература, археологические артефакты, свидетельства очевидцев и т.д.).
- 7. Прочее. Допускается дополнять легенду анимацией, театрализованными сценками, собственными или авторскими текстами, новыми объектами показа с условием не нарушать смысловую целостность туристской легенды.

Схема (рис. 11) демонстрирует диалектику взаимосвязи туристской легенды и социокультурных мероприятий и культурных артефактов. В этом плане туристская легенда выступает своеобразным культурным «стержнем» или «осью», на которую «нанизывают» все культурнотуристические события в регионе, а они в свою очередь поддерживаются подключающимися предпринимательскими сообществами и организа-

циями разного типа. Глядя на схему, можно заметить, что туристская легенда способна придавать всем событиям в регионе необходимый социально-экономический «окрас» или тематическое русло.



Рис. 11. Схема взаимодействия туристской легенды и территории и их симбиотическое влияние на туристский продукт и имидж территории

Туристское легендирование может стать благоприятной основой и пропульсивным фактором для решения многих проблем территории.

Следует отметить, что практически каждый муниципалитет Прикамья имеет административный центр с определенным объемом туристской и социокультурной инфраструктуры. Одни центры обладают чрезвычайно богатыми туристскими ресурсами и историко-культурной информацией и являются привлекательными для туристского легендирования (например, Чердынь, Соликамск, Усолье, Кунгур, Пермь). Другие не отличаются такими возможностями (Красновишерск, Гайны, Верещагино, Кизел и т.д.).

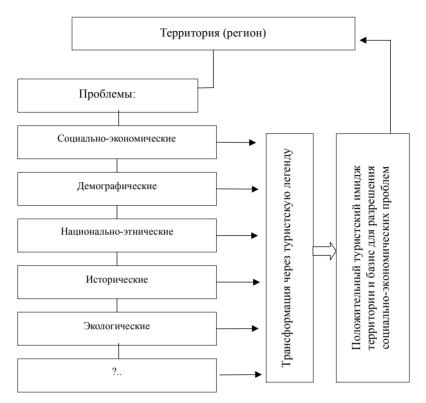


Рис. 12. Возможные направления трансформации территориальных проблем через туристское легендирование территории

Турист обычно пребывает первоначально, следуя дорожной инфраструктуре, в административный центр муниципалитета и лишь затем может продолжить свое путешествие с туристскими целями по территории самого муниципалитета с целью удовлетворения своей мотивации относительно выбранной тематики. Именно из этих отправных точек и начинается знакомство с туристскими легендами, характерными для данной территории.

Тем не менее, базовый набор туристских легенд и тематических направлений можно попытаться изобразить с использованием картографического метода, показав в виде сегментированных диаграмм типичные туристские легенды, характерные для данного муниципалитета на месте административных центров (рис. 13).

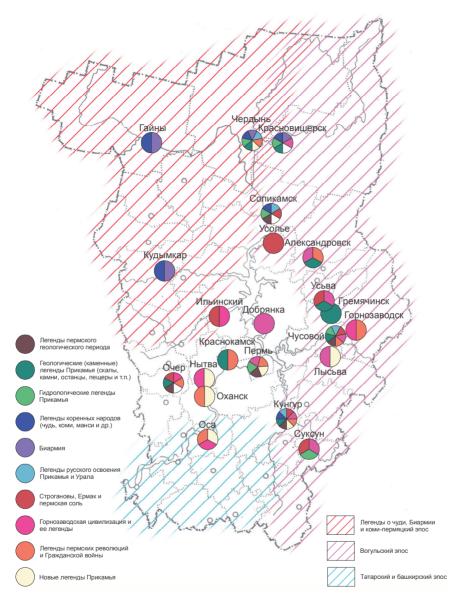


Рис. 13. География туристских легенд и их сегментирование в туристских центрах Прикамья

Результатами эффективного легендирования для территории могут быть:

- 1. Рост туристских потоков.
- 2. Положительный и привлекательный туристский имидж территории.
- 3. Формирование ведущих туристских брендов.
- 4. Появление эффективного маркетингового механизма, который можно использовать в качестве основы для разработки концепции, программы, а также стратегии и тактики по развитию туризма.
- 5. Рост числа информационных поводов и упоминаний территории в СМИ
- 6. Увеличение числа рабочих мест и занятых в индустрии туризма, сервиса и гостеприимства.
  - 7. Улучшение качества и безопасности жизни местного населения.
- 8. Обретение территорией конкурентного преимущества в социально-экономическом плане.
  - 9. Развитие социокультурной сферы.
  - 10. Рост инвестиционной привлекательности территории.
- 11. Снижение конфликтности и национально-этнической напряженности среди населения территории и т.д. и т.п.

Схема на рис. 14 демонстрирует как «сращивание» туристской территории (независимо от «таксона») и туристской легенды, логично приводит к «рождению» туристского продукта, эксплуатация которого через туристов эволюционно порождает искомый туристский образ, имидж и бренд(-ы) территории.

Туризм и развитие социально-экономической сферы территории при наличии привлекательных мифов и легенд становятся ведущими локомотивами, так что власть, ее административный ресурс, инвесторы из главных заказчиков обретают статус сферы, среды, содействующих эффективному развитию туризма в территории.

Туристское легендирование территории требует постоянного маркетингового сопровождения в следующих составляющих:

- реклама;
- PR;
- приглашение известных персоналий;
- тематические фестивали, конференции и мероприятия;
- СМИ;
- сувенирная и тематическая продукция и т.д.



Рис. 14. Гипотетическое пропульсивное влияние легендирования на туристское развитие территории

Легендирование — эффективный маркетинговый комплекс, который играет важную роль при развитии туризма в территории. Поэтому легендирование может выступать и инструментом территориального маркетинга. Ему придается весомое значение в вопросах брендирования и продвижения; оно способствует желаемому позиционированию территории на туристском рынке; относится, как процесс и результат, к ресурсам интеллектуальной собственности.

Туристское легендирование территории тесно связано с такими понятиями как «бренд», «имидж» и «репутация» территории.

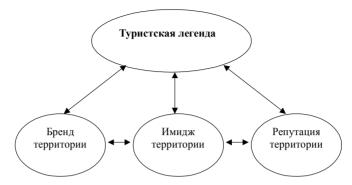


Рис. 15. Взаимосвязь туристской легенды с территориальным базисом и его аспектами

На рис. 15 демонстрируется двухсторонняя взаимосвязь между туристской легендой и такими важными территориальными аспектами как бренд, имидж и репутация. Здесь важно понимать, что и туристская легенда сама по себе может продуцировать и инициировать положительный бренд и имидж территории, так и сама территория, уже имеющая свой устойчивый бренд и образ, способна «доращивать» их привлекательными туристскими легендами. В каком-то смысле туристская легенда выступает здесь своеобразной «квинтэссенцией» любого качественного бренда и имиджа территории. Более того, показанная на схеме двухсторонняя взаимосвязь демонстрирует возможность к взаимной корректировке легенды, бренда, имиджа и репутации в интересах территории.

Таким образом, генеральной и стратегической задачей туристского легендирования является создание позитивного туристского образа территории.

## Контрольные вопросы и задания:

- 1. Дайте определение понятия «базовой туристской легенды» и объясните, почему она предлагается в качестве основы туристского бренда территории.
- 2. Почему предлагается рассматривать туристские легенды как важный фактор развития туризма в территории?
- 3. Почему туристская легенда может считаться значимым и малозатратным маркетинговым приемом по привлечению туристов в регион?

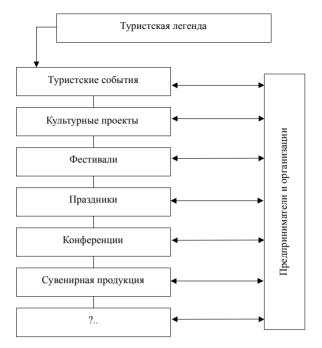


Рис. 16. Схема взаимодействия туристской легенды, социокультурных мероприятий и предпринимателей

- 4. Какие туристские ресурсы могут быть объектами туристского легендирования? Приведите примеры туристских ресурсов Пермского края и г. Перми.
- 5. Какие результаты и дивиденды может получать территория после эффективно проведенного туристского легендирования?
- 6. В какой взаимосвязи находится туристская легенда с такими понятиями территории как «бренд», «имидж», «репутация»?
- 7. Какие еще из факторов информационной среды могут влиять на формирование туристской легенды (рис. 10)?
- 8. Каким еще проблемам территории, по вашему мнению, может содействовать в решении туристское легендирование (рис. 12).
- 9. С какими еще социокультурными мероприятиями может взаимодействовать, как фактор, туристская легенда (рис. 16)?

# 3.4. Комплекс туристских легенд Пермского края (территориальный аспект)

Базовые понятия: туристские легенды Пермского края, базовые легенды Прикамья, комплексы туристских легенд, легенды центров, городских округов и муниципалитетов Прикамья, тематические легенды Прикамья.

Сегодня в силу ряда известных причин обыватели все больше интересуются не наукой с ее объективной системой научного поиска, а определенным набором «фактов», которые принято объединять в так называемую систему псевдо или метанауки. Достаточно в качестве примера назвать не ослабевающий интерес к паранормальным явлениям, аномальным зонам, таинственным эзотерическим знаниям и навыкам древних народов, астрологии, предсказаниям и т.п. Так что в итоге об одном и том же явлении, событии и территории могут существовать как минимум две совершенно противоположные когнитивные системы. С одной стороны будут многочисленные обывательские представления, а с другой – строго определенный набор научных знаний. Так, например, Аркаим – поселение эпохи средней бронзы III-II тыс. до н.э., обнаруженный в июне 1987 года археологической экспедицией, зачастую оказывается после посещения туристами куда скромнее их потенциальных ожиданий. В тоже время многие считают, что Аркаим это столица страны Ариев, до сих пор обладающая огромной магической силой. Образ Аркаима очень популярен в учениях, признанных научным сообществом псевдонаучными. В них Аркаим называют «местом силы», «прародиной» славян, «ариев» или индоевропейцев, «колыбелью человеческой цивилизации», сам город – ни много ни мало родиной Заратустры. Уровень развития аркаимской «цивилизации» в подобных публикациях обычно предстает значительно завышенным по сравнению с реальными фактами.

В Пермском крае значительно больше реальных фактов, туристских ресурсов и эпоса коренных народов для создания, продуцирования множества туристских легенд, включая тренды мирового уровня. В тоже

время Пермский край характеризуется несколькими специфическими чертами, пока препятствующими этому процессу:

- 1. Огромное разнообразие и напластование археологических культур, артефактов, исторических концепций и архивных документов практически не известных потенциальным туристам за пределами Пермского края.
- 2. Историческое прошлое Прикамья требует переосмысления в силу новых исторических фактов и глобализации современных процессов.
- 3. В туристские продукты и культурные проекты включена лишь малая доля историко-культурного наследия Прикамья.
- 4. Субъективное восприятие событий исторического прошлого Прикамья в силу различных субъективных причин.
- 5. Многонациональность населения Прикамья, связанная с поиском своих исторических корней и этнического самоопределения.
- 6. Провинциальный подход, согласно которого туристские ресурсы Прикамья не идут ни в какое сравнение с такими общепризнанными туристскими центрами как Москва, Санкт-Петербург, Новгород, Псков и т.д.
- 7. Большинство пермских историков и краеведов считают, что современные туристские подходы проектирования маршрутов и разработки туристских продуктов негативно скажутся на сохранности археологических и архитектурных памятников, а легендирование приведет к искажению «объективно» исторической информации.

Туристская легенда, по сути, является отдельным и особым туристским ресурсом территории, даже если в основе легенды нет объективно доказанных фактов или реально происходивших событий.

С точки зрения туристского легендирования Пермский край представляет собой чрезвычайно примечательную территорию, для которой характерно напластование реальных исторических событий, значимых фактов, известных культурно-исторических ресурсов, ресурсов активного туризма, эпосов коренных народов, и все это пронизано насквозь многочисленными мифами, легендами и сказками самого различного уровня известности. Среди возможным причин можно назвать следующие:

- 1. Недостаточно объективные и законченные знания о древних народах, населявших Прикамье и Предуралье.
- 2. Переломные события XX века (две Мировые войны, Революция, Гражданская война, годы репрессий).

- 3. Послевоенный период и закрытость региона и областного центра для посещения зарубежными туристами.
  - 4. Сложная переходная экономическая эпоха 90-х гг. XX века.
- 5. Деформация смысловых восприятий, уровня образования, ментальности и рождение новых туристских мотивов у современной молодежи.

Легенды, имеющие значение для позиционирования Прикамья в целом как туристского региона, вне хронологических и временных рамок (по территориям и центрам):

- 1) имя и слово «пермь» (рис. 17);
- 2) границы и географическое положение Прикамья;
- флаг и герб;
- 4) мифология чуди;
- 5) Прикамье вероятная этническая родина финнов, венгров;
- 6) Прикамье родина Заратустры;
- 7) Пермский звериный стиль;
- 8) Пермская деревянная скульптура;
- 9) Прикамье центр древних мировых религий;
- 10) Ермак и «Сибирское взятие».

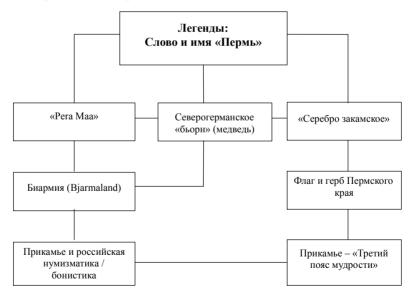


Рис. 17. Комплекс туристских легенд, связанных со словом и именем «Пермь»



Рис. 18. Комплекс туристских легенд Пермского края

Предложенная классификация и деление туристских легенд Пермского края на крупные группы или блоки является одним из самых сложных и даже концептуальных решений. Основная проблема заключается в том, что любая схема и группировка весьма разнообразных и разноплановых легенд на территории Пермского края приводит к неизбежной «генерализации». Из-за этого многие туристские мифы и ле-

генды могут оказаться в «межгрупповом» пространстве или вообще за пределами предлагаемой схемы. Однако в этом гносеологическом процессе можно увидеть и положительные черты. Возможно, если какието мифы и легенды не попадают в классификационные группы, они и не являются значимыми и заметными, а значит на них нельзя делать ставку для включения их в туристский продукт, бренд и т.д. Таким образом, мы получаем своеобразный универсальный «фильтр» или механизм «отсеивания» от бесконечного «творчества» в творении легенд и уже переходим непосредственно к процессу легендирования (рис. 18).

На рис. 18 представлена схема, демонстрирующая один из вариативных путей влияния туристского легендирования и легенд(-ы) в частности. Важно понимать, что эффективно проведенное туристское легендирование выполняет и мощную градообразующую функцию.

Концептуальная классификация легенд Прикамья по тематическому направлению:

- 1. Легенды Пермского геологического периода (рис. 19):
- условный знак «пермь»;
- Пермский геологический период и Р. И. Мэрчисон;



Рис. 19. Комплекс туристских легенд, связанных с терминологией «Пермский геологический период»

- пермские зауроподы;
- Третий День Творения;
- Пермское море;
- пермская нефть и Парк Пермского периода.
- **2. Каменные легенды Прикамья** (рис. 20). К этой группе можно относить ландшафтные и геологические памятники, в том числе камни, скалы, останцы, пещеры, вершины, в первую очередь те, о которых есть мифологическая, этнографическая и топонимическая информация:
  - происхождение названия Уральских гор;
  - Урал главный пояс Земли (мансийская мифология);
  - камень Писаный;
  - камень Говорливый;

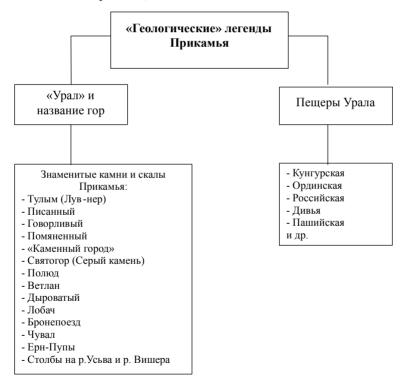


Рис. 20. Комплекс туристских легенд, связанных с геологическими памятниками и объектами Прикамья

- пермская триумфальная арка;
- пещеры Прикамья;
- Каменный город;
- Серый камень (Святогор);
- камень Полюд и т.д.
- **3.** Гидрологические легенды (рис. 21) реки, озера, водопады, сопровождаемые мифологией и примечательной информацией:
- гидроним «-ва» (коми-пермяцк. вода). Более половины рек Прикамья имеют эту приставку в окончании;
  - Вишера впадает в Каспийское море;
  - легенды о Вишере;
  - легенды о Каме (богатырь Кам);
  - Кама, Вишера и Колва древний торговый путь;
  - Тулва пермская Хуанхэ;
  - гондольеры на Акчиме;
  - река Бабка;



Рис. 21. Комплекс туристских легенд, связанных с гидрологическим и объектами Прикамья

- Чусовая река Теснин, горнозаводская дорога и «путь» в Сибирь;
- река Иргина;
- озеро Адово и Чусовское;
- водопады Плакун и Жигалан и т.д.

## 4. Коми-пермяцкая мифология (рис. 22):

- мифология чуди;
- легенда о Кудым-Оше;
- Пеля богатырь;
- Пера богатырь;
- богатыри-гиганты;
- Скандинавская Биармия;
- сказание «Царь Кор»;
- Кокля-Мокля лесной дух;
- Васа водяной;
- Олыся хозяин дома;
- Ема коми-пермяцкая Баба-яга;
- Гундыр коми-пермяцкий Змей Горыныч;
- коми-пермяцкая кухня и кулинарные традиции и т.д.



Рис. 22. Комплекс туристских легенд, связанных с этнографией и эпосом коренных народов Прикамья

#### 5. Мансийский эпос (рис. 22):

- вогульские боги;
- легенда о Золотой бабе;
- мансийские обряды, обычаи и традиции;
- архаичные религиозные представления и табу (запреты);
- мансийская кухня.

#### 6. Легенды туристских центров и локалитетов.

#### **6.1. Чердынь** (рис. 23):

- Чердынь Пермь Великая;
- происхождение слова «чердынь»;
- «Седьмое место» и семь холмов «семихолмие»;
- Анфал-городок;
- Чердынь Четвертый Рим;
- Чердынь ровесница Москвы;
- Троицкий холм;
- Вятское городище;
- Легенда о 85 «чердынских родителях»;
- родники с Живой (Ныроб, Свято-Никольский источник) и Мертвой (Покча) водой;
  - сказ про богатыря Бухонина;
  - древние волоки чердынской земли;
  - Северо-Екатерининский канал;
  - пленные шведы (особая чердынская порода);
- «Царь Кор» старинное чердынское предание (несмотря на то, что автором или составителем считается К.Жаков и этот эпос следует относить к финно-угорскому стихосложению, жители Чердынского района всегда считали этот эпос собственным старинным преданием, очевидно потому, что там фигурирует Искорское городище);
  - первое крещение манси;
  - чердынцы «чердаки» и «векшаеды»;
  - камень Полюд «полюдье» место сбора дани;
  - храмы Чердыни;
  - чердынское купечество (трагедия рода Алиных);
  - легенда о Царском колоколе;
  - современные легенды Чердынской земли.



Рис. 23. Комплекс туристских легенд города Чердыни и Чердынского муниципалитета

# 6.2. Ныроб (рис. 24):

- Печорский тракт;
- Никольский храм;
- скандинав-«псоглавец»;
- боярин Михаил Романов;
- пленные шведы;

- Царский колокол;
- источник живая вода.

Легенда о Колоколе и Живой воде ярко демонстрируют пространственно-географические и когнитивные взаимосвязи.

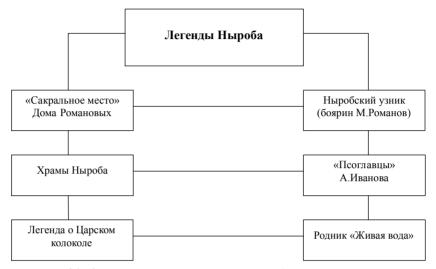


Рис. 24. Комплекс туристских легенд Ныроба и его окрестностей

## 6.3. Соликамск (рис. 25):

- соль-камская и география места происхождения Соликамска;
- Эсперово городище;
- Соликамск и нашествия сибирских народов;
- Православная Девятая пятница;
- Икона Николая Чудотворца (подарок Ивана Грозного);
- легенды о разбойнице Фелистате;
- соликамское воеводство;
- легенда «Мокрый воевода»;
- легенды Мужского монастыря;
- соликамское купечество;
- Соликамск соляная столица;
- Соликамск и знаменитые люди;
- первый ботанический сад в России (Григорий Демидов);
- М. Потапов художник-египтолог и иконописец.

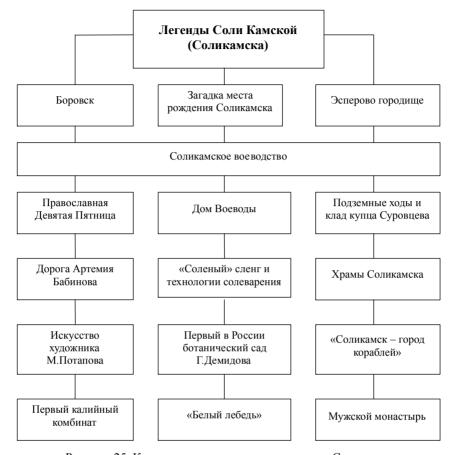


Рисунок 25. Комплекс туристских легенд города Соликамск

- **6.4. Эпоха Строгановых** (рис. 26) комплекс информации, мифов и легенд затрагивает в первую очередь территории Прикамья, бывшие в свое время землями вотчины Строгановых:
  - тайна происхождения Строгановых;
  - земли и городки Строгановых;
  - строгановские промыслы;
  - эпоха солеварения;
  - «Пермяк-соленые уши»;
  - Строгановы архитекторы, зодчие и государственные деятели;

- Усолье старший брат Петербурга;
- Строгановы мудрые природопользователи;
- «Гражданин Очер»;
- Житие Трифона Вятского;
- легенды о Ермаке Тимофеевиче. Важно отметить, что мифология, связанная с Ермаком, далеко выходит за пределы Строгановской вотчины и может даже относиться к первому блоку типологизации легенд, характерных для Прикамья в целом. Даже в коми-пермяцких землях было принято рассказывать легенды о Ермаке заступнике простого народа, всех бедных и обиженных, несмотря на то, что Ермак в действительности мог никогда не бывать в северо-западном Прикамье в землях коми.



Рис. 26. Комплекс туристских легенд, связанных с эпохой и наследием Строгановых в Прикамье

- загадочный путь в Сибирь;
- происхождение Ермака;
- история Сибирского взятия;
- клады Ермака;
- А. С. Пушкин и Строгановы.

#### **6.5. Искор (городище)** (рис. 27):

- Искор столица Биармии;
- Искор место чуди;
- Узкая и Широкая улочки Искора;
- Искор и Параскева Пятницы (русская православная женщинавоительница);
  - легенда о Царе Коре.



Рис. 27. Комплекс туристских легенд, связанных с Искорским городищем и его окрестностями

# 6.6. Кунгур (рис. 28):

- Происхождение названия (от татарского «Кёнгыр» смуглый; или от тюркского «Унгыр (Унгур)» пещера).
- Кунгур пермская «Рязань». Основали Кунгур чердынцы в 1648 г. (или даже в 1623 г.), но в 1662 г. город полностью сожжен башкирами, а в 1663г. воссоздан на новом месте.
- Кунгур кожевенная столица (отходы от выварки кож выливались в Сылву, что привело к экологической катастрофе начала XVIII в.).

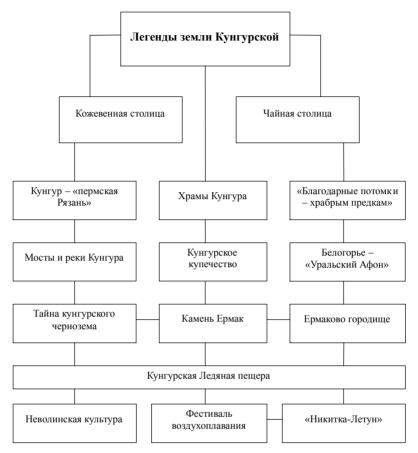


Рис. 28. Комплекс туристских легенд Кунгура и Кунгурского муниципалитета

- Кунгур чайная столица России.
- Кунгур как присутственное место за всю историю города в нем побывало проездом не мало знаменитостей. В 1837 г. в Кунгуре побывал Василий Жуковский и Николай II, они наблюдали за городом, не выходя из поезда, из окна вагона. В. Жуковский сказал о Кунгуре: «Город в яме, народ пьяный».
  - Кунгур самый «длинный» город в России.
- Кунгур и Пугачевский бунт. В 1774 г. Кунгур три дня держит оборону против войск Пугачева. В итоге Салават Юлаев тяжело ранен, бунтов-

щики рассеяны, а Пугачев вскоре взят в плен. Кунгур переломил хребет пугачевскому бунту. В связи с этими событиями была поставлена стела в центре Кунгура с надписью: «Благородные потомки – храбрым предкам».

- Кунгурская Ледяная пещера и ее легенды.
- Кунгур и В. Н. Татищев (миф от вогулов о звере мамонте, который пожирает земную твердь).
- Карст (процесс растворения горных пород) Кунгура (многочисленные провалы, малоэтажное строительство).
  - Эпоха кунгурского купечества.
  - Реки и мосты Кунгура.
  - Кунгур и Ермак.
- Камень Ермак. Деревня Филипповка на другом берегу Сылвы, напротив пещеры, якобы место зимовки Ермака. А над пещерой Ермаково городище. Возможно не имеет никакого отношения к Ермаку. До него на городище много веков жили люди и в том числе неволинская археологическая культура их пояса с применением элементов звериного стиля найдены в захоронениях скандинавских конунгов и ярлов.
- «Тайна» Кунгурского чернозема и ковыльные степи (кунгурская лесостепь).
  - Белогорье Уральский Афон.
- 6.7. Суксун (рис. 29) (тюркское «сук-су» холодная вода) основан в 1651 году, в 1727 году построены железоделательный и медеплавильный заводы. Во всем мире и в России родиной русского самовара считают Тулу, но это не совсем так. Прикамье и здесь впереди всех: из небольшого документа от 1738 года ясно, что чиновник остановил крестьянскую подводу, в которой лежали самовары, сделанные в хозяйстве помещика Осокина Суксунского уезда! Первое документальное упоминание о тульском самоваре известно лишь с 1746 года! [180].
- Водопад Плакун. Вода водопада в виде нешироких струй и капель подает с отвесной скалы, высотой 7 метров. В легенде рассказывается о несчастной девушке, к которой посватался старый барин. Но девушка любила простого крестьянского парня и отвергла ухаживания знатного старика. За это он нашел колдуна, который заточил девушку в недра горы и сказал, что она будет оставаться там до тех пор, пока не даст согласие на неравный брак. Уже который век окаме-

невшая красавица горько плачет, да так, что по каменной скале срываются друг за другом тысячи капель водопада...

Православные христиане называют водопад Святым Ильинским источником, и два раза в году — летом и зимой — к водопаду идет крестный ход. Вода из водопада считается целебной. Если 3 раза встать под его струи, можно получить божественное очищение, отпущение грехов и здоровье на весь год [180].

- Селенит лунный камень. Месторождение селенита возле села Улан-Юсыл считается уникальным в мире. Селенит это редкая разновидность слоистого гипса. Арабы называют этот камень сатином (камень-ткань). Жители Востока считают, что фигурки из этого камня приносят богатство.
  - Суксунский самовар первый в России (1738 год).

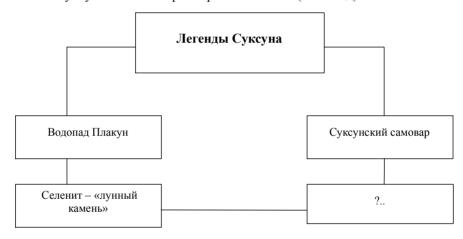


Рис. 29. Комплекс туристских легенд Суксуна

**6.8.** Пыскор (рис. 30). Название происходит от двух комипермяцких слов: «пыс» – ушко (ущелье), «кор» – город (крепость), получается дословно «поселение в ущелье или в логу». Вероятно, город основан на месте древнего финно-угорского поселения, а крепость и монастырь – на месте древнего святилища. В 1637 году здесь были найдены медные руды, поиск которых вели по приказу царя Михаила Федоровича Романова. В 1640 году в Пыскоре был построен первый в России (!) и на Урале медеплавильный завод.



Рис. 30. Комплекс туристских легенд Пыскора

По первой жалованной грамоте от 4 апреля 1558 года Строгановы начали строить городок Кам-горт. Вместе со Строгановыми эти места облюбовали монахи и заложники Спасо-Преображенского монастыря, и почти сразу начали плести интриги и жаловаться на Строгановых Ивану IV. В 1570 году отнимают Строгановскую крепость и ближайшие соляные варницы. За это Аника Строганов перестал ходить в церковь и злобно говорил: «Святые отцы – соленые уши». Однако в старости Аника Строганов отказывается от своих богатств и уходит жить в Пыскорский монастырь.

Известен Пыскор и святым Трифоном Вятским, который некоторое время жил в монастыре.

Именно эти руды брали древние культуры Прикамья могли брать для изделий пермского звериного стиля.

В 1748 году разворачивается строительство Смольного монастыря в Санкт-Петербурге. Узнав об этом, настоятель Пыскорского монастыря Иуст Колоцкий решает превзойти столичную постройку. В Смольном было 2 этажа и 120 келий. В Пыскоре «размахнулись» на 3 этажа и 174 кельи (!), а здание настоятеля вообще было пятиэтажным, при этом высота потолка была намного выше, чем сейчас. Богатство Пыскорского монастыря считалось непревзойденным в России вплоть до Революции 1917 года.

В 1915 г. мальчику в Пыскоре снится сон, в котором монах зовет его в лог возле монастыря. Так продолжается три ночи подряд. Наконец, он идет к месту с отцом и обнаруживает подземный ход.

Вплоть до 30-х годов XX века кизеловские шахтеры смогли углубиться на 60 метров в гору под монастырь и расчистить древний подземный ход. Так что официальная дата основания Пыскора может быть куда древнее.

Профессор П. С. Богословский предположил, что изначально это мог быть подземный староверческий скид, построенный еще в XV в.

6.9. Оса (рис. 31). Через Осу проследовала Вторая Камчатская экспедиция (1733—1743 гг.). Историк В. Южаков считал, что город основан на бывшем Остяцком городище: «Ос», «Остяк» — Оса, а краевед Ф. И. Петровых полагал, что река, на берегах которой возник город, называлась по-вогульски «Ося-гуль» (хариус-река). Считается, что древние угры именовали эту реку Ас или Аса. На армянском языке слово «аса» — означает: «говори». На месте современной Осы, возможно, примерно 700—800 лет назад было персидское (арабское?) поселение — посередине на пути из Волжской Булгарии в Биармию (север Прикамья), — по-арабски «середина» — «осат». Интересно, что в арабском переводе многие пермские слова обретают новый смысл! «Кама» — стоянка, «Оханск» — изгиб реки. Многие связывают название Осы со словами «ось, острие, острог, остров, осесть»...



Рис. 31. Комплекс туристских легенд Осы

Но вот вопрос, как ставить ударение, если название города склоняется в тексте. Осинцы для этого произносят дежурную обучающую фразу: «Из Осы, но в Осу». Наверное, ни один населенный пункт Прикамья не имеет столько гипотез о своем названии, как старинный и замечательный город Оса! [180].

**6.10. Лысьва** (рис. 32). В переводе название означает примерно «капли с хвойных ветвей после густого тумана».

На гербе Лысьвы изображен единорог, символ чистоты, порядочности и скрытности.

Во время войны Лысьва изготовила почти все каски для советских солдат. Каски клеймили буквой «Л», и многие до сих пор думают, что это означает «Ленинград».

Известна Лысьва также изготовлением эмалированных зеленых кружек для солдат, что на войне не менее важно, чем боеприпасы.

А сегодня в Лысьве делают отличные газовые плиты, красивую эмалированную посуду, листовой металл для производства кузовов автомобилей и монет.



Рис. 32. Комплекс туристских легенд Лысьвы

## 6.11. Легенды Кунгурской Ледяной пещеры (рис. 33).

Все легенды, связанные с Кунгурской Ледяной пещерой могут быть разделены на несколько блоков. Можно сказать, что Кунгурская земля по количеству, разнообразию и уникальности примечательных для тури-

стов мифов и легенд может посоперничать с Чердынской землей, и по праву занимает в крае лидирующее положение.

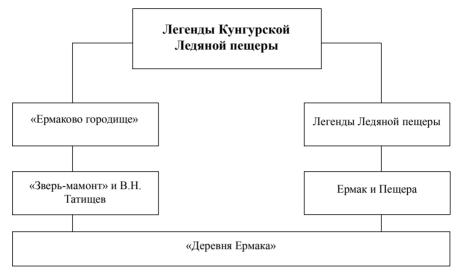


Рис. 33. Комплекс туристских легенд Кунгурской Ледяной пещеры

1. Мансийские (вогульские) легенды. На языке коми слово «вэгул» дословно означает – дикий (лесной) человек.

По вогульским представлениям пещера — подземный мир духов. Манси считали, что пещера живая, и она дышит через «органные трубы». Возникла пещера, по представлениям манси, из-за того, что земную твердь пожирает зверь-мамонт (Маммут). Интересно, что, по мнению тех же манси, Чердынь также стоит на гигантском звере-мамонте, и это вовсе не Чердынские холмы, а бока зверя, провалившегося когда-то в окрестное болото.

# 2. Легенды Ермака.

Ермаково городище находится на холме над пещерой. Ермак мог здесь никогда и не бывать. По мнению А. Иванова [75] — это место столкновения, этнический рубеж Европы и Азии, язычества и православия. Изначально городище принадлежало неволинской археологической культуре. Позднее до прихода русских было заселено вогулами (манси). Есть версия, что Ермак якобы зимовал в пещере, спутав Чусовую с Сыл-

вой. Один из гротов пещеры назван «Крестовый», потому что там были найдены деревянные староверские кресты.

- 3. Легенды Кунгурской Ледяной пещеры.
- 3.1. Классические спелео-легенды.
- легенда о Двуликой;
- легенда о Белом спелеологе;
- легенда о Белом и Черном шаманах;
- Озеро девичьих слез;
- «Органные трубы» и т.д.
- 3.2. Легенды пещеры, связанные с царскими особами.

Ступеньки «Дамские слезки». 13 июля 1914 года Ледяную пещеру посетила немецкая принцесса Фон Батенберг с дочкой Луизой. Луиза поскользнулась, упала, разбила коленку и горько заплакала. Некоторое время спустя она удачно вышла замуж за шведского принца, — примета оказалась счастливой.

3.3. Легенды Горнозаводского Урала.

Пещера — один из чертогов Хозяйки Медной горы, которая может превращаться в маленькую зеленую ящерку — символ Кунгурской Ледяной пещеры.

3.4. Легенды современного времени.

Сегодня Кунгурская Ледяная пещера — один из ведущих туристских центров Пермского края, известность пещеры далеко простирается за пределы России. Туристы и гости пещеры получают комплекс разнообразных эмоций, при этом не обходится без казусов, смешных случаев, разнообразных курьезов, так что появился целый комплекс легенд современного времени [180, с. 253–260].

# 7. Легенды Горнозаводского Урала (рис. 34).

История горных заводов началась на Урале в начале XVIII века.

В 1922 году профессор П. С. Богословский назвал этот удивительный уральский мир экономики и хозяйства «Горнозаводской цивилизацией».

А. Иванов предложил новое системное видение той эпохи, представив читателю череду ярких образов, в которых можно найти благодатную почву для туристского легендирования, анимации и театрализации экскурсий, разработки фестивалей и туристских мероприятий.

А. Иванов считает, что в плане любой уральский завод дает «крест» – православие [75].

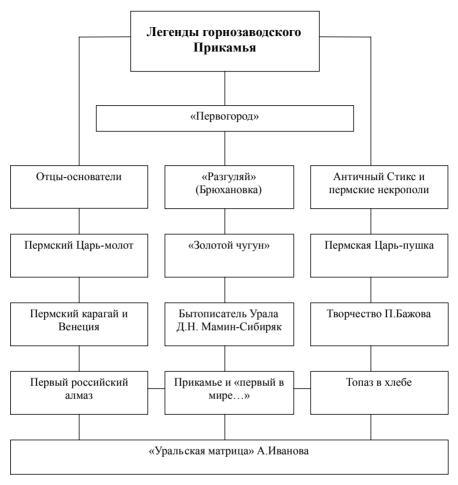


Рис. 34. Комплекс легенд, связанных с историей горнозаводского дела в Прикамье

В горнозаводской цивилизации люди всегда были для завода, а не завод для людей, так осталось и до сих пор.

Эффективность уральских заводов держалась на крепостном праве, беглых и староверах (у последних труд возведен в культ).

Со временем сложилась еще более детерминированная ситуация: люди, «приписанные» к заводам и практически отдавая им жизнь, силы и здоровье, из поколения в поколение все же держались за заводы, пото-

му что суровая уральская природа не позволяла и не позволяет сегодня выживать только при помощи сельского хозяйства. В. И. Ленин назвал это «пережитком феодализма».

С первых лет работы уральских заводов их владельцам стало ясно, что механизация не нужна и практически любой механизм можно заменить определенным количеством рабочих. Например, паровой молот = 35 душ; доменная печь = 100 душ. Даже людей считали душами, что отражало не ценность и отношение к ним [75].

Лозунг Демидовых: «Люди – дешевле руды».

В основе горнозаводской цивилизации родился принцип «уральской неволи» – жертвовать собой ради успеха дела, а свободу – покупать. Так, уральские рабочие своими жизнями «перерабатывались» вместе с медью и железом, а заводы, по сути, стоят на костях [75]. Завод поглощает (пожирает) руду, воду, уголь и людей. Все это переплавляется в металл, и на заводе, как на языческом капище правят духи огня, воды, земли и воздуха.

Примечательно, что почти все уральские горные заводы вновь стали разрабатывать древние рудники, оставленные еще финно-угорскими племенами в VIII-IX веках н.э., то есть спустя почти 1000 лет. Вместе с самородной медью «вытянули» оттуда уральское язычество, образным отражением которого является пермский звериный стиль.

Наконец, А. Иванов считает, уральский рабочий — Мастер-демиург (волшебник, колдун) и горнозаводская цивилизация порождает собственные мифы (и когнитивные образы), далеко уходящие своими корнями во тьму веков истории Урала.

Уральский писатель Павел Бажов записал байки горнозаводских мастеров и старателей, создав новую уральскую мифологию со своими богами и духами: Хозяйка Медной Горы; Олень-Серебряное копытце; Бабка-Синюшка [5].

Например, под маленькой Огневушкой-Поскакушкой, которая в своем танце ножкой топая, указывает, где искать золото, скрывается коми-пермяцкая чудь. А в сказке «Олень – Серебряное копытце» скрывается вогульский обряд, а вернее – более древний финно-угорский обряд поклонения человека Священному Лосю (Мяндаш, Сяхиртя).

Центральное место в сказках П. Бажова занимают уральские камни (самородки). Одним из самых желаемых являлся малахит. Название происходит от древнегреческого «malacos», что значит – мягкий. Есть и другие

названия этого камня: атласная руда, павлиний камень, медная зелень. П. Бажов писал: «Свойства малахита – в сердце весну делать». Сегодня малахита на Урале больше нет. Его большая часть была отправлена на облицовку Петербуржских дворцов. Но исчезновение на Урале малахита народ объяснил иначе: его спрятала Хозяйка Медной горы – языческая горная царица, обидевшись, что православные храмы облицованы ее камнем.

Только Демидовы за 215 лет правления на Урале возвели 55 заводов, а всего на Урале было построено около 300 заводов, большая часть из них находилась в частных руках, а остальные были государственными.

Горнозаводская цивилизация породила собственную, уникальную и запоминающуюся систему образов, событий и достижений, которые принесли Прикамью и Уралу не только всероссийскую, но и даже всемирную известность.

В 1829 году крепостной Павел Попов находит первый российский алмаз на Крестовоздвиженском прииске, близ деревни Медведка Пермской губернии.

Система заводских плотин и прудов, построенная на уральских реках использовалась для транспортировки заводской продукции. С началом весеннего половодья деревянные барки несли свой груз (чугунные, медные чушки, пушки, ядра) и «расшибались» о прибрежные скалыбойцы, хотя большая часть барок доносила свой груз до мест разгрузки. Затем сами барки разбирались на лес. Одновременно в таком сплаве могло участвовать 200–300 судов, а себестоимость такого сплава была копеечной, при том, что каждая барка могла нести до 40 тонн груза (как современный железнодорожный вагон).

Ярким бытописателем горнозаводской цивилизации и жизни того времени был писатель Д. Н. Мамин-Сибиряк: «Горное дело на Урале создалось только благодаря безумным привилегиям и монополиям, даровым трудом миллионов людей, при несправедливейшей эксплуатации чисто национальных богатств». Рассказы Д. Н. Мамина-Сибиряка изумляли читателей того времени дикими выходками богатых заводчиков, проматывающих свое богатство в Европе с таким размахом, что это пугало весь просвещенный мир. Эти образы, подмеченные писателем, составляют особую познавательную страницу в понимании той далекой эпохи.

Со временем горные заводы из-за использования ручного труда и отсутствия интереса к их развитию у владельцев стали отставать предпри-

ятий от европейских заводов в техническом и технологическом плане. Отставание ярко продемонстрировала Крымская война (1853–1856 гг.), но ситуацию с заводами это не изменило.

Так, например, Мотовилихинские заводы в 1868 году изготовили две гигантские гладкоствольные пушки для защиты Крыма от будущих угроз. В то время как во всем мире пушки уже были нарезными. Только ствол, без лафета у пермской пушки весил 2800 пудов (45,9 тонн), так что ни одна железнодорожная платформа того времени не могла ее перевезти. Остается только гордиться тем, что пермская Царь-пушка — действующая, и стреляла (317 выстрелов) и по всем параметрам превосходила московскую Царь-пушку.

Горнозаводская цивилизация породила множество талантов и уральских кулибиных (мастер-изобретатель) и технических гениев, которые в свою очередь создали новые образы России и Урала в изобретениях, литературе, науке, архитектуре, металлургии, судостроении и мировой экономике того времени.

- А. С. Попов (окончил Пермскую духовную семинарию, учился вместе с Д. Н. Маминым-Сибиряком) 25 апреля (7 мая) 1895 года на заседании Русского физико-химического общества в Петербуржском университете представляет свое изобретение беспроводное радио. Радио запатентовано в США 2 июня 1896 года Маркони, это на 14 месяцев позже представленного А. С. Поповым изобретения.
- Н. Г. Славянов работал на пермских пушечных заводах. В 1888 году первым в мире проводит электродуговую сварку. В 1893 году на всемирной выставке в Чикаго Н. Г. Славянов награжден дипломом и медалью «За изобретение дуговой сварки», а патент позднее оформлен американцем Бенардосом.

На Урале бывали с научными экспедициями:

- Д. И. Менделеев географ и всемирно известный химик;
- Александр фон Гумбольдт немецкий ученый энциклопедист, по подсказке которого был найдет первый российский алмаз.

Прикамье – регион двух знаменитых каналов: Северо-Екатерининского и Очерского – копани («прокопи») – для заполнения Очерского пруда (рис. 35). Примечательно, что канал продолжали копать в 1813 году, во время Отечественной войны. Местные крепостные крестьяне выкопали искусственный канал длиной 1,5 километра, глубиной 40 метров и ши-

риной 100 метров. Но оказалось, что 5 тысяч человек трудились зря – ошибка заводского картографа.



Рис. 35. Комплекс туристских легенд Очера и Очерского муниципалитета

Еще несколько примечательных фактов, которые сегодня могут позиционироваться в образно-смысловых конструкциях и использоваться в туристском легендировании.

Звезды на башнях Московского Кремля появились в 1937 году вместо имперских орлов. Звезды – рубиновые, с подсветкой, – материал поставлялся с Урала. Урал короновал Москву звездами.

Статуя Свободы в США «одета в платье» из уральской меди.

Величие английского флота и английских колоний в XVIII–XIX вв. – все благодаря покупке демидовского ковкого железа, называемого «старый соболь».

В 1745 году на восточных склонах Уральских гор найдено первое российское золото (первооткрыватель Ерофей Марков). Сначала рудники называли Пышминскими или Первоначальными, а с 1752 г. – Березовскими. Так что в середине XVIII века на Урале была первая в мире «золотая лихорадка».

В 1819 году на Урале найдена платина.

Венеция стоит даже не на российской лиственнице, а на «пермском карагае» (поселок Карагай) – сибирская лиственница, заготовленная и отправленная в Италию.

Загадочные и удивительные взаимосвязи между горными заводами, людьми и собственно Уралом метко описал пермский писатель А. Иванов в книге «Хребет России», назвав это уральское нечто «Уральской матрицей» [75]. Эта система образов и восприятия всего уральского и пермского совпала с отложенными ожиданиями жителей Прикамья и Урала – гордиться своей историей.

Ярким примером является история открытия технологии переработки дымчатых топазов. Такие факты, включенные путем легендирования в тексты экскурсий, вызывают у современных туристов восхищение.

Однажды в Екатеринбурге, в семье дьяка, жена стряпала ржаной хлеб и уронила в тесто сережку с дешевым дымчатым топазом. После выпечки сережку нашли внутри буханки, и топаз неожиданно приобрел насыщенный медовый цвет, вместе с которым выросла и его ценность. Такая технология переработки дымчатых топазов применяется до сих пор, ничего нового не придумано.

Вместе с упоминанием Прикамья и г. Пермь часто можно употреблять фразы: «первый в мире» и «первый в России» (рис. 36).

Часы-куранты в Чермозе запущенны в 1848 году, на три года раньше Московских Кремлевских курантов.

Ефим и Мирон Черепановы в 1833 году на Пожвинском заводе строят первый российский паровоз, который называют «пароходом», а рельсы — «колесопроводами». Когда паровозу потребовался капитальный ремонт, заводчики не разрешили его восстанавливать, а по рельсам на вагонетках возили руду, еще много лет запрягая туда крепостных.

В 1871 году купец Евграф Козьмич Тупицын на речке Данилиха строит первый в России фосфорный завод. Фосфор получали из костей крупного рогатого скота. И оказалось, что себестоимость пермского фосфора копеечная, это привело к обвалу мирового рынка. Тупицын мгновенно «захватил» 2/3 рынка фосфора. В 1887 году пермский фосфор получил мировое признание и четыре раза награждался за качество золотыми медалями.



Рис. 36. Комплекс туристских легенд, связанных с технологическим и промышленным лидерством Прикамья

В Прикамье впервые в мире изготовлена и применена в промышленности газовая лампа по типу современных энергосберегающих. Изобретена лампа была французским инженером Ф. Лебоном в 1799 году, но он не успел изготовить опытный образец. Изобретение было усовершенствовано и впервые изготовлено инженером П. Г. Соболевским в 1815 году на Пожвинском заводе. Эта лампа проработала 13 лет без перерыва. А с 1822 года владельцы завода, Всеволожские, использовали такую же лампу для освещения своего имения. С 1863 года улицы Перми освещались газовыми рожками, а в Европе труд фонарщиков использовался вплоть до XX века.

Первый в России велосипед был изобретен в Прикамье. В 1800 году крепостной Пожвинского завода Е. М. Артамонов придумал велосипед, который называл «самокатом» или «аппаратом». В «Словаре Верхотурского уезда Пермской губернии» от 1810 года сказано, что в 1801 году Артамонов

«бегал» во время коронации на изобретенном им аппарате. Изобретенный в Париже велосипед в 1808 году мог ездить только прямо. Первое общество велосипедистов в Перми было организованно в 1897 году и его почетными представителями были губернатор и все светлейшие особы.

В 1886 году при Пермской губернской управе была основана первая в России санитарная станция (скорая помощь). В этом же году усилиями первой в России женщины окулиста Е. П. Серебренниковой было открыто первое в России глазное отделение при губернской Александровской больнице.

В 1819 году на Пожвинских заводах П. Г. Соболевский сконструировал первый в России пароход (первый в мире был создан в 1807 году в США на р. Гудзон). Пароход назвали «Всеволод», он был колесный, но в первую же весну пароход был раздавлен льдом, и бурлаки тянули барки по Каме еще 100 лет [75].

В 1889 году на Мотовилихинских заводах был построен первый в мире буксирный пароход с цельносварным корпусом, по методу Н. Г. Славянова. Спустя 23 года, 14 апреля 1912 года тонет «Титаник», который все еще имел клепаный корпус. Возможно, если бы он был сварной, то остался бы на плаву. В советское время, выше упомянутый буксир назывался «Степан Разин», и в 1936 году установил мировой рекорд, сдвинув с места груз в 42 тысячи тонн.

Пермский поэт и изобретатель Василий Каменский первый в мире придумал слово «летчик». В 1913г. он первый в мире сконструировал глиссер — судно, которое имеет специальную конструкцию днища — редан (уступ), за счет которого судно практически летит над водой, развивая значительную скорость, при этом затрачивая минимум топлива.

В 1872 году на Мотовилихинских заводах по проекту Н. В. Воронцова был разработан 50-тонный паровой молот, который проработал 60 лет и т.д.

**8.** Легенды о Перми и Прикамье (рис. 37, 38). Интересно, что пермяки во все времена и эпохи создавали и примечали собственные образы и по своему мифологизировали пространство в дань уважения и любви к своему городу. Сегодня большая часть этих историй, интересных событий, мифов и легенд возрождается и используется в многочисленных книгах по краеведению, путеводителях, экскурсиях и в исследованиях из

сферы гуманитарной географии и культурологии. Отчасти это связано с тем, что в последние годы о городе Пермь и Прикамье в целом информационная среда наполнена чередой негативных событий и происшествий. Так что сознание обывателя осознанно ведет поиск позитивных сюжетов в историческом прошлом Прикамья и Урала [180].

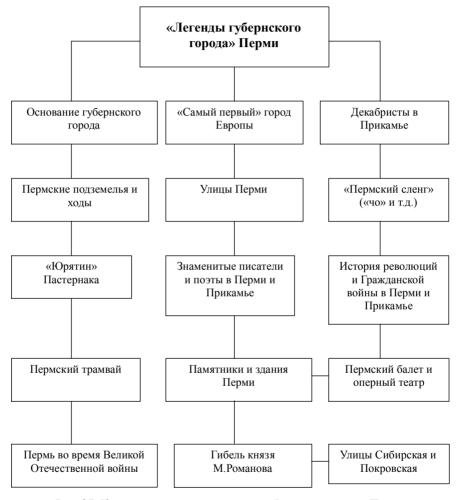


Рис. 37. Комплекс туристских легенд губернского города Перми до середины 50-х гг. XX века

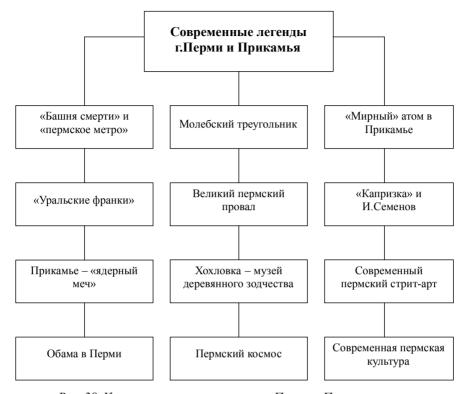


Рис. 38. Комплекс современных легенд Перми и Пермского края

9. Пермь литературная. Город, основанный как центр горнозаводской цивилизации — город-завод, на первый взгляд никак не мог снискать славу литературной столицы. Правда, многие писатели оказались в Прикамье и Перми «волею судеб», но это придает Перми, как смысловой конструкции, в текстовой интерпретации удивительные и неповторимые образы. На это обратил внимание В. В. Абашев в своей книге «Пермь как текст» [1], а затем А. Иванов в одноименном проекте, собрав значительную часть этих неповторимых образов. Вот лишь несколько фактов.

«Алые паруса» — многими признано самым романтичным произведением XX века. Задумана книга писателем А. Грином была в Прикамье, при созерцании гор Колпаки, которые становятся розовыми на фоне неба в лучах закатного солнца, словно паруса.

- Б. Л. Пастернак в 1916 году оказался в Прикамье и написал «Детство Люверс», а затем образ нашего города он использовал в романе «Доктор Живаго», назвав его «Юрятин».
- А. П. Чехов, будучи в Перми, познакомился с сестрами Циммерман: Оттильей, Маргаритой и Эвелиной, которые открыли в Перми первую частную гимназию. Считается, что они стали прообразами знаменитых сестер в произведении автора «Три сестры».
- О. Э. Мандельштам за оскорбительный памфлет на И. Сталина был сослан в 1934 году в Чердынь. Примечательно, что многовековая история Чердыни не только не вдохновила поэта, но и оказала на него гнетущее, тяжелое впечатление.

В Прикамье «взошла звезда» В. П. Астафьева. В 1951 году он пишет свой первый рассказ в газете «Чусовской рабочий» — «Гражданский человек», а его первая книга «До будущей весны» выходит в Молотове (Пермь) в 1953 году. В деревеньке Быковка, напротив поселка Ляды, были написаны его лучшие произведения: «Звездопад», «Пастух и Пастушка». В Прикамье начаты «Последний поклон», «Затеси» и задумана «Царь — рыба».

В Прикамье нового времени стал известен и писатель А. Иванов, соединив полузабытое историческое прошлое Прикамья с современными смысловыми ожиданиями и мотивами читателей Прикамья, Урала и России, в книгах «Чердынь – Княгиня гор» («Сердце Пармы»), «Вниз по реке Тестин» («Золота Бунта»), «Хребет России» [74, 75, 76].

Таким образом, можно утверждать, что с точки зрения туристской привлекательности и потенциала развития туризма, Прикамье представляет собой целую гносеологическую систему из практически бесконечной череды взаимосвязанных между собой и дополняющих друг друга привлекательных образов, мифов и легенд.

### Контрольные вопросы и задания:

- 1. В чем заключается дисбаланс между наличием в Пермском крае основ для туристского легендирования и его реальным использованием в практике туристской деятельности?
- 2. Какими специфическими чертами отличается Прикамье с точки зрения проблем реализации туристского легендирования как процесса?

- 3. Какие легенды, на ваш взгляд, имеют значение для позиционирования Прикамья в целом как туристского региона в России и мире? Приведите примеры.
- 4. Какие муниципалитеты и населенные пункты могут соотноситься с легендированием Пермского геологического периода?
- 5. Приведите примеры нескольких геологических объектов Пермского края, имеющих туристическое значение, и легенды с ними связанные.
- 6. Перечислите базовые туристские легенды, связанные с коренными народами Прикамья. На какие подтипы их можно разделить?
- 7. Какие базовые туристские легенды можно отнести к Чердыни и Чердынскому муниципальному району Пермского края?
  - 8. Какие базовые туристские легенды вы знаете о Соликамске?
- 9. Какие базовые туристские легенды вы можете назвать по династии солепромышленников Строгановых?
- 10. В схемах, где в блоках установлен «?», предлагается дополнить собственными образами и легендами, подкрепив ответ примерами.

## 3.5. Подходы к типологии и классификации туристских легенд в Пермском крае

Базовые понятия: типология и классификация туристских легенд, признаки и подходы.

В Пермском крае наблюдается целый комплекс мифов, легенд, сказок, исторических фактов, сведений, свидетельств очевидцев, которые могли бы быть привлекательны для потенциальных туристов. Но вся эта информация чрезвычайно объемна, многослойна, разрозненна, носит различный характер и смысловое содержание, чрезвычайно дифференцирована по объективности и источникам происхождения. Так что возникает необходимость определенного упорядочения. Причинами, вызывающими необходимость типологизации и классификации всей системы туристских мифов и легенд могут быть названы следующие:

- 1. Современный туристский рынок чрезвычайно изменчив и динамичен.
  - 2. Изменчивость потребительских приоритетов
- 3. Появление новых научных открытий в сфере истории, этнографии, архивоведения.

- 4. Рост информационной и экономической самостоятельности туриста.
- 5. Рост мобильности современного туриста.
- 6. Многие российские регионы обретают благоприятные условия для развития туризма.
- 7. Появление новых региональных Концепций и Программ по развитию туризма.
  - 8. Рост конкуренции в сфере туризма.
- 9. Рост разнообразия и качества туристского продукта с применением инновации, анимации, театрализации и исторической реконструкции.
  - 10. Рост интереса к новым формам подачи туристской информации.
- 11. Расширение технических и транспортных возможностей у современного туриста и т.д.

Подходы и попытки классификации туристских мифов и легенд, а также исторических фактов и событий должны следовать классическим канонам классификации. Всякая классификация является результатом некоего огрубления действительных граней между выделяемыми видами, поэтому практически любая классификация всегда условна, относительна и требует постоянного развития и усовершенствования.

Классификация по существенным признакам обычно называется типологией. В зависимости от значимого понятия, положенного в основу классификации, можно по-разному классифицировать и туристские легенды.

Существенными признаками для предстоящей классификации могут быть:

- 1) территориальный;
- 2) исторический;
- 3) этнографический;
- 4) лингвистический;
- 5) хронологический;
- 6) по потребительским приоритетам и т.д.

Однако в этом случае одни и те же туристские легенды могут оказаться одновременно в различных классифицируемых группах и типологиях. Так, например, легенды о чуди носят вне-территориальный характер и далеко известны за пределами Прикамья, от Алтая до Карелии и Финляндии. В то время как коми-пермяцкий эпос недостаточно известен даже в Прикамье, хотя традиционно считается, что чудской эпос следует относить как часть коми-пермяцкого.

Из всех перечисленных признаков выбрать наиболее значимый в первом приближении достаточно сложно. Есть смысл создавать классификации по этим и любым другим признакам, так что в итоге опытных работ можно получить наиболее приемлемую и бесконфликтную классификацию или типологию. Туристская наука во многом географична, поэтому практически в любой классификации в основе должен быть фактор территории. Это тем более важно, поскольку административнотерриториальное деление, а также концепции и программы по туризму разрабатываются для конкретных территорий и регионов. В рамках их границ удобно концентрировать информацию, которую можно использовать для туристского легендирования. Безусловно, многие мифы и легенды, а также исторические события имеют более широкое распространение и выходят за рамки административно-территориальных границ конкретных муниципалитетов. Однако в любой подобной информации зачастую присутствуют географические описания населенных пунктов, объектов, центров, урочищ. Так что определить территории, для которых конкретный миф или легенда имеют корневую привязку зачастую не сложно. Хотя, безусловно, многие мифы и легенды, волнующие сегодня туристов могут иметь практически планетарный характер распространения (Атлантида, Лемурия, Гиперборея, уфологические явления).

Некоторые предварительные подходы к легендированию территории. На первоначальном этапе рекомендуется собрать все возможные легенды и мифы, включая эпос (если есть), исторические факты, события, в рамках определенной территории. Затем попытаться по какомулибо признаку (группе признаков) провести предварительную классификацию. Наиболее приемлемой будет та, которая в большей степени соответствует современным ожиданиям потребителей. Например, Ныроб является традиционным местом паломничества всех интересующихся тематикой венценосной Семьи Романовых. Вся прочая информация либо воспринимается как незначительная, либо как мало привлекательная. Село Молебка Пермского края - место встречи туристов - любителей непознанного и «инопланетного». В данном случае не следует пытаться переломить сформировавшуюся когнитивную систему образов, а наоборот – развивать туризм в этом информационном ключе. Например, современная наука отрицает существование в озерах Шотландии, в частности в озере Лох-Несс, водоплавающего ящера Плезиозавра. Однако это

не мешает туристской индустрии Шотландии зарабатывать на этом огромные деньги. Можно сказать, что с точки зрения туризма лохнесское чудовище следовало бы придумать для развития данной территории, даже если его никогда не существовало.

После сбора всех мифов и легенд, а также прочей релевантной информации, следует определиться с базовой (основной) туристской легендой, характерной для данной территории. Это чрезвычайно не простая, а подчас и трудно выполнимая задача. Предполагается, что базовая легенды (группа легенд) станут со временем основой для разработки ведущего туристского бренда и имиджа территории. Ошибка в выборе приоритетной туристской информации может привести к негативным для территории последствиям с точки зрения туристского имиджа. Например, в 90-е годы ХХ века Екатеринбург начал позиционировать тематику гибели семьи Романовых, что привело к появлению у Екатеринбурга имиджа «городцареубийца», так что все другие темы, потенциально перспективные для приема зарубежных и российских туристов, оказались незначительными. Выбор базовой легенды важен и с точки зрения эффективного финансирования и поиска инвесторов. Например, город Оса на юге Пермского края в первую очередь должен позиционироваться как один из значимых центров событийного ряда Пугачевского бунта. Именно история взятия Осы пугачевскими войсками была положена А. С. Пушкиным в основу повести «Капитанская дочка». Попытка создать новые туристские бренды, даже на основе имеющейся объективной информации, например, проезд через Осу Камчатской экспедиции, и вложение средств, даже с учетом иностранных инвесторов, могут оказаться бесперспективными.

В процессе работы по созданию легенды следует принимать во внимание последовательность имеющихся туристских продуктов и маршрутов. Обычно существует туристский маршрут, который экскурсоводы и туроператоры пытаются постоянно оптимизировать и содержать в постоянно рабочем состоянии, привлекательном для туристов. Зачастую в работу вовлекаются весьма отдаленные объекты, ресурсы и информация, часто не имеющая отношения к делу. В идеале этот механизм должен выглядеть так: сначала конкретная территория создает привлекательный комплекс легенд, а затем создается система туристских маршрутов, на которые потребитель будет гарантированно предъявлять соответствующий спрос.

Название и содержание легенды должно удовлетворять следующим условиям и требованиям:

- 1. Нести в себе позитивное наполнение и смысл.
- 2. Лаконичность и запоминаемость.
- 3. Доступность в части понимания.
- 4. Ориентированность на конкретную потребительскую группу (или несколько).
- 5. Не затрагивать чувств верующих, конфессий, национальностей, персональных чувств и т.д.
  - 6. Нести социальный, культурный и образовательный субстрат.
  - 7. Не вызывать конфликтность.
- 8. Порождать новые потребительские мотивы, интересы, а, в конечном счете спрос (на туристские услуги, сувениры и т.п.).
  - 9. Перспективным для рекламы, маркетинга, пиара;
- 10. Не вызывать негативных ассоциаций, приставок, пословиц, анекдотов и т.д.
- 11. Иметь возможность модернизации, развития и установления когнитивных связей с другими легендами.

## Классификация туристских легенд по хронологическому признаку (рис. 39):

- 1. Со времени появления человека на Урале (300–250 тыс.лет назад) и до прихода русских (примерно XII–XIV вв. н.э.). Сюда можно отнести финно-угорский эпос, мифологию чуди, скандинавскую Биармию, «серебро закамское» и т.д.
- 2. XIV в. 1558 г. русская колонизация, Чердынь Пермь Великая, основание Соликамска (1430 г.).
- 3. 1558–1723 гг. эпоха Строгановых, вотчины и городки, солеваренные промыслы.
  - 4. 1723–1861 гг. эпоха горнозаводской цивилизации
- 5. 1861–1905 гг. кризис горнозаводской цивилизации и Первая Русская революция.
  - 6. 1905–1991 гг. события, трагедии, легенды и мифы XX века.
- 7. 1991 г. по настоящее время туристские легенды и мифы современности.

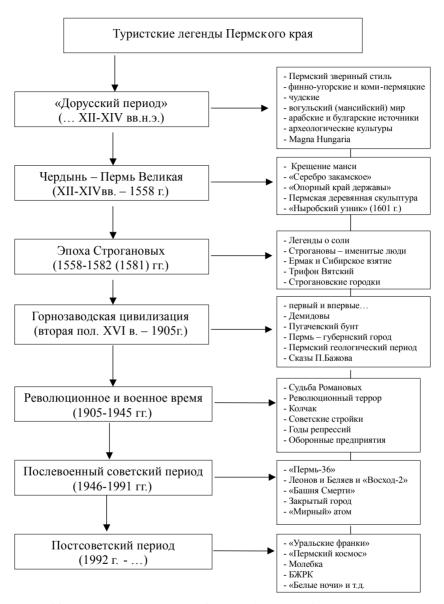


Рис. 39. Предварительная классификация (типология) туристских легенд Пермского края по хронологическому принципу (названы только базовые легенды)

Правильно «сконструированная» туристская легенда способна положительно повлиять на состояние и даже решение многих социальных проблем территории. Через «призму» туризма объективно преломляются многие проблемы и появляются механизмы их решения. Для стабильности функционирования туристских потоков, а значит и поступления финансов (денег) от туристов необходима социально-экономическая, национально-этническая и другая стабильность, другими словами «туристские деньги» любят тишину и спокойствие. Поэтому все заинтересованные стороны в регионе: власти, политические силы, общественные организации, предприниматели и т.д. должны понимать, что продуцирование или «раскачивание» социально-экономической ситуации отрицательно скажется на въездном туризме. В свою очередь, туристская легенда способна создавать пусть в чем-то неверный (с исторической точки зрения), но зато позитивный и бесконфликтный образ территории.

### Контрольные вопросы и задания:

- 1. В чем заключается необходимость классификации и типологии туристских легенд г. Перми и Пермского края?
- 2. Какие признаки являются существенными и предлагаются в качестве основы для классификации и типологии туристских легенд Пермского края?
- 3. Каким требованиям желательно должно удовлетворять название и содержание туристской легенды?
- 4. В данном параграфе представлена классификация туристских легенд Пермского края по хронологическому признаку. Попробуйте разработать собственную классификацию (типологию), взяв за основу другие признаки.

# 3.6. Этнографические и мотивационно-когнитивные предпосылки зарождения архаичных мифов и легенд (на примере Урала и Прикамья)

Базовые понятия: этнография, мотивационно-когнитивные предпосылки, архаичные мифы, этнос, этнический стереотип поведения, легенды и мифы архаичных народов Прикамья и Урала.

Откуда рождается «мифологизация пространства» и в чем характерная особенность и специфика уральских таежных мифов, нужно попытаться заглянуть в философию, психологию, мотивацию и смысловую специфику мифотворчества у архаичных народов, населявших Урал и Прикамье еще в «дорусскую» эпоху.

Можно говорить о каком-то схожем механизме восприятия человеком окружающего мира в виде образов, при котором и сегодня конструируются, рождаются современные мифы. Вместе с восприятием когнитивных образов и конструкций, отражающих попытку осмысления человеком явлений и процессов окружающего мира, отмечается сравнительно незаметное проникновение в картину мироздания современников оживших древних мифов и легенд. Очевидно, что в переломные эпохи «деформации смыслов», идеологии, верования и идеологических учений, люди стремятся найти информацию, которая ими воспринимается не по критерию «объективный/субъективный», а по принципу психологического гомеостаза.

Именно на это обстоятельство неоднократно указывал Ф. Энгельс, который, анализируя религиозное сознание, подчеркивал, что «всякая религия является не чем иным, как фантастическим отражением в головах людей тех внешних сил, которые господствуют над ними в повседневной жизни, – отражением, в котором земные силы принимают форму неземных».

Духовные представления в древних этнических сообществах Урала и Прикамья порождались созерцанием окружающего мира, теми вещами и образами, которые окружали людей. Человек создавал в своем сознании богов и духов по своему подобию, строя их иерархию в соответствии с реальной структурой общества, наделяя характерами, свойственными ре-

альным этническим группам. Анализ финно-угорской мифологии говорит о том, что взаимоотношения между «высшими силами» так похожи на отношения в человеческом обществе того времени. Вероятно, каждое изображение деревянного болвана у манси на культовом месте может быть соотнесено с конкретной социальной группой [107, С. 72–73].

«В памяти народа не бывает ничего случайного: здесь каждый знак значим... все причинно обусловлено» (В. Е. Владыкин, Т. Г. Перевозчикова). В традиционных обществах с достаточно простой, во многом обобщенно-условной иконографической пластикой огромное значение в системе распознавания образа играл не сам портрет с его индивидуальной характеристикой, а сопровождающие это изображение религии, которые мыслились непосредственно с ним связанными, отражали его деятельность и статус в обществе.

Древний мастер, создавший изображения богов, людей и животных, выраженных, например, в предметах пермского звериного стиля, в деревянных болванах или священных куклах, обычно не мыслил структурными категориями. Эти понятия были ему чужды. В творческой простоте он понимал, что без какого-либо элемента не будут выражены полнота и сущность. Возможно, он действовал в соответствии с нормами народной памяти: «Делай так, а не иначе, иначе будет неверно, иначе это будет что-то другое». Такие принципы мышления были присущи не только представителям таежных культур, которые зачастую априорно воспринимаются как примитивные, неразвитые, не достигшие вершин художественного и скульптурного выражения. Нет, «культур множество, человеческий род един». И даже в античном мире, с его высочайшим взлетом человеческого гения, поражающей воображение пластикой скульптуры и непревзойденным реализмом изображения, религии, как символ образа, были не менее важны.

На экскурсии в Эрмитаже, без разъяснений экскурсовода по мощному торсу, львиной шкуре и палице без труда узнаем Геракла, по трезубцу – Посейдона, луку и кифаре – Аполлона, по виноградной лозе и венку – Диониса... Отсюда следует чрезвычайно значимый вывод: современные люди смотрят на мифы не совсем иными глазами, чем люди, мышление которых отражается в этих мифах.

Общественные структуры и структуры мышления даются людям в виде символов, знаков, образов. И если даже человек не всегда уверен,

что правильно их понимает и интерпретирует, то оценить и понять, что значимо, а что нет, и при отсутствии чего образ рассыпается, в состоянии практически каждый. Здесь приходит на помощь богатейший источник — устная традиция, исторический фольклор, мифы и легенды, характерные для какой-либо территории [107, С. 80].

Об историзме эпоса можно дискутировать. Предания зачастую далеки от исторической хроники, но фольклор аккумулировал в себе память «о событиях весьма важных с точки зрения народной этики». Сегодня фигурирует понятие «этнический стереотип поведения». Но зачастую бывают ситуации, когда история как наука, не может представить информацию для понимания, в связи с ее отсутствием. Тогда, события, описанные в мифах и легендах, могут стать значимой основой даже для научной гипотезы. События древности и историческая обстановка, «зафиксированные» в народной памяти, в силу этого обладает высокой степенью исторической достоверности на уровне широкого обобщения, усиленного, по словам С. Н. Азбелева, «убежденностью самого народа в ценности и правдивости содержания эпоса» [2]. На Урале, в Прикамье и Предуралье, на просторах Западной Сибири, непрерывное и преемственное развитие аборигенных культур, даже с периодическими этническими вторжениями, позволяют с большим, чем где-либо, основанием использовать этот источник, тем более что уже имеется блестящий опыт С. К. Патканова [132].

Вопрос о духовной культуре средневекового населения уральской тайги чрезвычайно сложен. Обычно он сводится к перечислению: фольклор, народные знания, верования и мифология, привычно противопоставив при этом сферу рациональных знаний религиозным верованиям. Но тем самым картина духовных исканий древних людей заведомо упрощается и искажается. Без особых усилий духовная жизнь расчленяется: с одной стороны, продукты здравого смысла, с другой – результаты многовековых ошибок и заблуждений. Что же питало в течение многих веков эти «заблуждения и ошибки»? И так ли ошибались в своих представлениях об окружающем мире архаичные народы Урала?

Современнику трудно понять, что для людей минувшей эпохи вопросы устройства мира имели не только познавательную ценность. Многое из того, что сегодня нам кажется пережитками и вызывает снисходительное недоумение, в древности служило людям ориентиром в их повседневной жизни и составляло неотъемлемую часть культурного дос-

тояния. Любое общество в любую эпоху ставило перед собой одни и те же вопросы. Среди них обязательно была проблема устройства мироздания и места человека в мире.

Ответы на эти вопросы в традиционной культуре есть, но они не «прочитываются» с той легкостью, с которой люди в детстве усваивают элементы современной космологической схемы. Традиционная культура отражала мир языком символов и метафор, ныне уже почти забытых или переосознанных. Это язык мифологических образов, для дешифровки которого приходится прилагать значительные усилия и которым с завидной легкостью оперировали столетия назад жители уральской тайги и прилегающих территорий.

И. Н. Гемуев, А. М. Сагалаев, А. И. Соловьев предлагают внимательнее взглянуть в мифологию и верования архаичных племен, чтобы ответить на вопрос: во что же они верили и как же они все это понимали. Первое, на что обращают внимание авторы, – это пристрастный и постоянный интерес жителей тайги к окружавшей их Природе; интерес, который нашел яркое воплощение в мировоззрении, мифологии и обрядности. Эти люди мыслили живым и взаимодействующим весь мир, хотя активное начало было в разной степени присуще разным его представителям. Все явления мира, будь то птицы, звери, деревья, светила или элементы ландшафта, воспринимались как имеющие непосредственное воздействие на человека. Объекты, явления и процессы окружающего мира так или иначе проявляли свое отношение к человеку, и отношение это могло быть как благоприятным, так и враждебным. Отсюда – необходимость для людей предпринимать специальные действия, предотвращающие нежелательные и увеличивающие вероятность благоприятных проявлений мира [107]. Вообще, подобное объяснение давно известно, за исключением небольшой детали: не человек определяет свое отношение к окружающей Природе, а она определяет его отношение к себе. Именно в этом кроется специфика «точки созерцания», где человек однозначно занимает заранее соподчиненную позицию, позволяя своему сознанию и познавательному мотиву «уступать» перед давлением внешних сил и образов. Но вряд ли в этом и заключается архаика, нужно понимать, что в биосфере того времени и в имеющихся ресурсах выживания и противопоставления себя окружающему миру, человек просто не мог позиционировать себя иначе. Окажись люди современности в той эпохе, они, возможно, достроили бы свое поведение и восприятие (даже не говорим о психологии) до таких же познавательных конструкций. Вот почему для современного жителя мегаполиса, окруженного комфортом, природная среда, лес, горы, кажутся чуждым и враждебным миром, где достаточно не познанного только для того, чтобы в восприятие современного человека сравнительно легко входили древние мифы и легенды. В поисках познавательного равновесия современный человек активно интересуется историей древних народов, этнографией, культурными артефактами, эпическими сказаниями, совмещая этот осознанный интерес с перемещением в пространстве — путешествием и туризмом.

В этнографической литературе часто говорится о «божествах» или «духах», которым поклонялись древние народы Урала и Сибири. При ближайшем рассмотрении оказывается, что «духи» и «божества» аборигенов – это персонифицированные явления природы, и значимость этих «духов» (леса, воды и т.п.) прямо связана с хозяйственными занятиями местного населения. О древности обожествления различных явлений природы свидетельствует тот факт, что многие из «духов» не имеют человеческого обличья. В фольклорных текстах и культовой иконографии они могут иметь облик птицы, рыбы, ящерицы, стрекозы. Даже если они и выступают в фольклоре как люди, в их характеристиках явно просматривается связь с лесом, рекой, то есть с миром Природы. Эти персонажи финно-угорского и самодийского пантеонов во многом сродни всевозможным «духам» славянского язычества: лешим, домовым, русалкам, хотя их сибирские «собратья» и более архаичны. Возможно, когнитивное восприятие окружающего мира русских, встретившись с архаикой коренных народов Прикамья, Урала и Сибири, совместно с ними преодолевая природную среду, терпя нужду и нехватку самого необходимого, «впустило» в свой этнический стереотип поведения таежных богов и духов. Бескрайняя Прикамская и Сибирская тайга, удаленные горные районы Урала, как гигантский изолят, продлила на многие века жизнь самым древним творениям человеческой фантазии. Представители русского этноса не уничтожили архаичный стереотип поведения местных народов, а в целом гармонично соединились с ним, состыковав свои представления в лице легендарных и мифических образов окружающего мира. Не верно утверждать, что русская колонизация привела к деградации местных народов, судя по всему, еще до прихода славянского населения на Урал и в Сибирь, эти народы уже были на реликтовых фазах этногенеза. Нельзя, считать, что жители тайги довольствовались неким неупорядоченным набором представлений о мире, в котором хаотично смешивались рациональные и фантастические элементы. В древности основу их мировоззрения составляла довольно строгая и гибкая система взглядов, непротиворечиво объяснявшая действительность. Историки и этнографы обычно анализируют орудийную деятельность, металлургию, культуру, религиозные представления, верования, зачастую забывая, что эти люди должны были постоянно думать о пропитании, охоте, обороне, болели, строили планы на будущее и все это также в соответствии с вызовами и условиями окружающего мира. Пусть сегодня до специалистов дошли лишь осколки и фрагменты восприятия мира этих архаичных этносов-реликтов Урала и Сибири, но и они достаточно выразительны и фактологичны.

Почему древние охотники и рыболовы нашего региона обожествляли леса и реки: из века в век человеческая жизнь проходила в маятниковом «качании» между лесом и водоемом. Сезон охоты сменялся временем рыбной ловли, а осенью мужчины вновь уходили в тайгу. Оба «рабочих места», – считают И. Н. Гемуев, А. М. Сагалаев, А. И. Соловьев, – таежники знали досконально. Столетия однотипной хозяйственной деятельности позволили людям накопить гигантский объем рациональных знаний об окружающей их природе. Замечено, что в традиционных обществах люди стремятся «подкрепить» рациональные действия и поступки ритуальными, которые, казалось бы, прямо не вытекают из ситуации и необязательны для успешной, скажем, охоты [107].

Возможно, одно из объяснений – в расхождении между потребностями человека и реальными его возможностями. На охоте всегда была опасность спугнуть зверя, промахнуться, заблудиться. Примечательно, что и современный человек, оказавшись в дикой природе, попадает в туже ситуацию и в те же условия. Совершая перед охотой определенные ритуальные действия, человек получал дополнительную уверенность в благоприятном исходе поединка со зверем. У современных охотников тоже есть свои традиции и маленькие ритуалы.

В свое время, советским невропатологом С. Н. Давиденковым, многие архаичные обряды были рассмотрены с точки зрения психологии и

физиологии. Ученый предложил следующее объяснение. Многие магические обряды проистекают из стремления человека избежать опасность, преодолеть трудности. Недостаточность знаний древнего человека о мире – естественная и объяснимая – всегда оставляла вероятность неблагоприятного исхода какого-либо мероприятия. Беспомощность человека перед многими явлениями природы и страх перед внешним миром не могли не деформировать психику. Мир познанный всегда был меньше мира вероятностного. Одни и те же действия на охоте в одном случае приводили к удаче, а в другом оборачивались провалом. По мнению С. Н. Давиденкова, из вполне реальных опасений древнего человека вырастали навязчивые состояния тревоги, неуверенности, нервозности. Страх перерастал за пределы его реальной обусловленности. Современный человек также со всех сторон окружен стрессами и набором нестабильных ситуационных состояний. Снять стрессовое состояние древним помогали ритуальные действия, а современникам – обращение к историческому прошлому, мифам, легендам, архаичным традициям. С. Н. Давиденков пишет: «Ритуал, хотя и бессмысленный, вполне достигал цели, ради которой он предпринимался. Что делается с точки зрения динамики корковых процессов, тот самый спешащий домой австралиец, обламывает ветку дерева, чтобы остановить солнце? Он находится в состоянии тревоги вследствие застойной и аффективно окрашенной работы определенных кортикальных комплексов, эта тревога его мучает и ему мешает; гипертрофируясь, она начинает приобретать черты обсессии, и тогда человек создает в коре своего мозга новый пункт концентрации раздражительного процесса (все равно какой, лишь бы он был условно и иногда чисто случайно связан с основным перераздраженным пунктом и сам обладал достаточно эффективной окраской, чтобы сделаться для первого пункта источником внешнего торможения) и использует отрицательную индукцию из этого второго очага, чтобы успокоить остальную кору мозга. Тем самым он уничтожает чувство мешающей ему тревоги и, стало быть, лучше может руководить своими действиями и, конечно, получает больше шансов попасть домой до захода солнца. Достиг ли такой ритуал цели?» [51]. Конечно, австралиец, повторяя то же действие в следующий раз, с полным правом может быть рассматриваем как человек, обосновывающий свои поступки на опыте и наблюдении.

Выводы С. Н. Давиденкова о том, что ритуальные действия – способ подавления чувства тревоги, страха, неуверенности, позволяют говорить о закономерности формирования ритуального поведения в человеческом обществе не только в прошлом, но и сегодня. Не имея реальной возможности устранить какое-либо препятствие на пути к цели, человек сугубо специфическими средствами «обходит» это препятствие или по крайней мере до минимума гасит свои опасения перед ним. Закрепляясь в процессе многовековой практики, однажды возникшие формы ритуального поведения постепенно обретают статус обязательных действий [51].

Здесь нельзя не сказать о традиционализме древних обществ. Полагаясь в большей мере не на индивидуальный опыт, а на опыт предков, люди передавали по цепочке поколений как рациональные, так и ритуальные знания, навыки, привычки. Отправляясь на охоту, человек не задумываясь исполнял несложные обрядовые действия, оправдывая их тем, что «так принято». Огромный груз предписаний, ограничений, обычаев не слишком тяготил людей, хотя и вносил в их жизнь множество действий, совершавшихся сверх реальной необходимости. Л. Н. Гумилев позднее назвал это передачей этнического стереотипа поведения путем сигнальной наследственности [107].

У народов Урала и Западной Сибири до недавнего времени сохранялись пережитки идеологии той далекой эпохи, когда люди не просто мыслили живым весь мир, но и не противопоставляли себя миру. В то время человек еще не порвал всех связей с природой и не разделил – раз и навсегда - мир на «живое» и «неживое». Еще не существовало в сознании человека непереходимых границ между растением, зверем, человеком, скалой: во всех обликах мира мысль искала и находила черты неслучайного сходства. Может быть, именно поэтому в древних пластах духовной культуры прослеживаются неясные контуры глобальной идеи о глубинном родстве всего живого. Здесь - корни разнообразных религиозных представлений о «родственниках» человека, его «предках», имеющих зооморфное обличье. И здесь же заключены возможности трансформации жизни. Так у коми-пермяков до сих пор есть уверенность в том, что чудь живет рядом, в каком-то параллельном мире, примерно такой же жизнью, как и сами коми. У чуди есть дома, хозяйство, поля и даже домашний скот, который можно забрать себе, если успеть его... покрестить [59].

По наблюдениям томского этнографа В. М. Кулемзина [101], у хантов существовала довольно тонкая градация «живых» состояний. Камень, лежащий неподвижно, не проявлял качеств, присущих живым существам. Но стоило ему покатиться, упасть или как-то иначе видоизменить свое состояние, он «оживал». Селькупы считали, что камни способны даже путешествовать, закапываться в землю, прятаться от людей. Манси, подобно другим народам Сибири, проявляли повышенный интерес к скалам необычной формы, тем более, если своей формой они хотя бы отдаленно напоминали человека или животных. Так, они почитали выветренные скалы хребтов Северного Урала, известных под названиями «Мань пупы нёр» и «Яны пупы нёр» (Малый и Большой хребты идолов), считая их окаменевшими самоедскими богатырями [180]. Перечень можно продолжать. Манси, могли, глядя на блюдо Сасанидского серебра, со статичным изображением на нем, рассказывать целые сюжеты, с использованием прошлого, настоящего и будущего времени, что делает их восприятие статичных изображений сравнимых с аналогичным у детей младших возрастов.

Удивительно, как архаичные племена вогулов воспринимали изображения на персидских блюдах. Обычно человек с «традиционным» современным культурным взглядом видит не только то, что изображено в художественном произведении, а закладывает в него определенный смысл, представленный в сюжете, но все же в определенной статике и единых временных рамках. Вогулы, как представители эпохи архаичных народов, воспринимали изображения на серебряном блюде совершенно иначе. Они не только четко «знали» и «называли» тех, кто якобы изображен на блюде, но и отождествляли изображение с событием, имевшим определенную длительность в прошедшем, настоящем и будущем времени, более того, они воспринимали это изображение не в статике, а в динамике (!).

В 1938 году В. Н. Черницов записал подобное удивительное восприятие от манси Н. Я. Бахтиарова (Бахтиярова). На серебряном блюде был изображен персидский шах на лошади в сопровождении конной свиты. Вокруг выгравированных фигур персидский мастер нанес черточки, схематично изображавшие окружающий ландшафт, а по периметру тарелки были нанесены персидские письмена и узоры. И больше ничего! Однако, показывая на блюдо, вогул выдал следующий рассказ:

«...Посредине на лошади Полум Торум, а по краям еще четыре лошади; на одной Мир сусне хум, на другой... на третьей..., а на четвертой еще Хуль отыр, но он не на лошади, а так, внизу». Манси продолжал: «...Эта серебряная тарелка очень дорогая. Очень много духов на ней есть. Тапал-отец там есть, затем Тапал отца сын там есть. Тапалотеи на лошади сидит, сын тоже на лошади сидит. На самой середине водяной царь, старик. С одной стороны от него Мир сусне хум тоже на лошади сидит, а сбоку от него Мир сусне хума сын на лошади сидит. Водяной царь старик посередине тарелки из воды поднялся. Плечи и руки из воды только виднеются. Кисти рук только видны. Пятый человек тоже есть – Щахэл-торум-ойка тоже на лошади сидит... Это духа грома, им затеянное дело. Сыновья его убиты. В поисках сыновей он войско зовет... Дух грома на юге живет. Там надумал рыбу ловить придти... На Обь сюда пришел, посмотрел: во всю толиу воды – рыба... (Был) очень теплый день с күчевыми облаками (на небе). Гром тогда загремел, лодка на воду упала. В лодке два человека стоят – духа грома сыновья. Когда он загремел, водяной царь услышал... Взглянул, двух человек с лодкой увидел... Калданную сеть спустили, вниз по воде плывут... Тогда водяной царь своим сыновьям говорит:

– Пойдите, поймайте их вместе с лодкой...

Дух грома сверху вниз в то время смотрит, оба его сына двумя человеками пойманы и опрокинуты... Вниз смотрит — город. Оба (сына) вниз, в город отнесены. Руки у них связаны, ноги связаны. Железными цепями связали, на железную перекладину, чтобы убить, повесили. Смотрит, сыновей убили, на железную перекладину повесили».

Далее в рассказе вогула повествуется о том, как Дух грома обратился за помощью к старику Тапал и Мир-сусне-хуму. Последние взяли с собой своих сыновей: «...Наружу вышли. На коней сели. Пять конных человек едут вместе. Однажды водяной царь дома был. Дом его (вдруг) шевелиться начал... Из дома выглянул, оказывается, враги идут. Пять конных человек. Их движение настолько тяжело, город его чуть не рушится! Тогда на поверхность воды поднялся. Молить начал. Когда из дома выходил, водяной царь семи сыновьям, семи богатырям сказал:

— Вы духу неба говорите. Семь труб наверх выставьте... Враги идут! Я их молить стану, вы духа неба молите.

Сам наружу появился, над водой показался. На врагов молит. Руки навстречу протянул. Рот раскрылся. Так-то испугался! Они тогда смилостивились. Дух неба воевать тоже не допустил» [180].

Можно только догадываться, какие многочасовые рассказы, перерастающие в целый языческий эпос, порождало созерцание вогулами серебряной посуды. Для них это были живые сюжеты, которые жили своей жизнью и, по желанию рассказчика, свободно «парили» в любых мысленных сферах. А затем вновь возвращались и застывали до следующего рассказа на серебряном блюде.

Восприятие и отношение к пространству. Только установив с «лесными» контакт, охотник мог рассчитывать на добычу и собственное благополучие в тайге. Иногда лесные «духи» не только лишают человека добычи, но даже наказывают его за непочтительное к себе отношение. Они могут быть невидимыми, но эта «невидимость» особого рода (это уже демонстрировалось на примере «невидимой» чуди). Это не скрытый от глаз людей облик человекоподобных «духов», а растворенность «духов» в природе, невыделенность их из общей картины мира. Не имеющий в данный момент конкретного облика «дух», секунду спустя, мог заявить о своем существовании порывом ветра, пригнувшим вершины деревьев, или треском ветвей в кустах, внезапным исчезновением преследуемого соболя и так далее.

Поскольку лес был «чужой» территорией, человеку надлежало вести себя там соответствующим образом. Поведение охотников в лесу – при всей условности и символичности ряда поступков – это ситуация «в гостях» со всеми вытекающими отсюда последствиями. К духу – хозяину леса человек обращался с просьбой об удачной охоте и не забывал «угостить» хозяина, оставить ему подарок. Приношение могло быть любым: полоска ткани, мешочек с дробью, а еще раньше – наконечник стрелы [107].

Более сложными были отношения людей с водной стихией и ее «хозяевами». Каждая река, каменистый перекат и омут имели своего хозяина. Человек, неуверенно чувствующий себя на воде, имел все основания опасаться козней речных духов. Поскольку все опасные места на реках связывались в традиционных преставлениях с «владыкой вод», то и все случавшиеся поблизости происшествия опять-таки объяснялись вмешательством этих мифических обитателей глубин.

Духам, обитающим в воде, приносили жертвы, как кровавые, так и бескровные. Люди хорошо знали мифологическую «топографию» и, проплывая мимо определенных мест, опускали в воду приношения хозяину реки, омута и тому подобным персонажам. У манси особым почитанием пользовался водяной дух Вит-хон. В его честь трижды в течение года совершались жертвоприношения: после ледохода, в августе и октябре, причем обязательно в первой четверти месяца. Это время, когда месяц «растет», ассоциировалось, вероятно, с проявлением благоприятных начал в природе. Жертвы водяному духу приносили и при строительстве запора на реке, чтобы хозяин реки не мешал промыслу рыбы [107].

В обоих случаях – почитание духов леса и реки – прослеживается тесная связь верований и основных хозяйственных занятий местного населения. Именно на низшем уровне пантеона хорошо видно, как нерасчлененность человеческой деятельно в традиционных обществах отражается в их духовной культуре, мировоззрении. В этой культуре нет резкого противопоставления рационального и иррационального, реального и фантастического.

Лес манси полон таинственных лесных духов и фей (Мис-Не): покровителей охотников, рыбаков и других людей, волей или неволей оказавшихся в тайге. Особенно много рассказов и преданий манси о встречах с духами на горе Чистоп. Вогулы утверждают, что встречались там с Царем чертей (Куль-Но-ер), Покровительницей леса (Вор-Не) и даже самим мансийским Йети — Снежным человеком. Но все рассказчики сходятся во мнении, что встреча с этими существами не сулит ничего хорошего, а если уж какой-то из таежных духов вам показался, добра не жди... Манси уверены, что все эти существа испытывают злобу и неприязнь к человеку...

Вогулы рассказывают: «Ветра нет, а кусты и ветки сами отгибаются, трещат, будто кто-то идет рядом». Старый манси по имени Прокопий вспоминал, как его дед Ойк рассказывал о «нечистом месте» на южном склоне Чистопа: на большой поляне растет множество «воткосяхль» — уродливых елей, ветки которых образуют шаровидную крону, опутанную паутиной и плесенью. Манси считают, что в ней живет... ветер! Однажды Ойк после посещения такого места еле вернулся с Чистопа живым...

В мире манси духи живут везде и вокруг. Сам С. И. Михалевич был свидетелем того, как во время рассказов о духах, в абсолютно безветренную погоду, дверь избушки несколько раз самопроизвольно открывалась и захлопывалась. При этом манси спокойно продолжали свой рассказ, не комментируя происходящее и не обращая внимание на выпученные от удивления глаза русского геолога [122].

У манси, как у всех архаичных народов, за каждый речной омут, вершину, водопад, приметный камень или пень отвечает какая-нибудь нечисть. В каждом живом существе: ящерице, рыбе, лягушке — живут мифические духи-звери — *йуры*. Есть ужасные монстры *хумпалы*, которые всегда враждебны к людям, — это недочеловеки, однорукие существа, живущие в чаще леса, от которых одно спасенье — бежать в болото.

В изношенной и забытой обуви и почему-то именно в старой женской одежде живут домашние злыдни – *пауль* и *йоруты*. Когда человек снова надевает старую обувь или перебирает забытую одежду, они незаметно попадают внутрь человека, тихо выгрызают его изнутри, вызывая болезнь. На речных берегах в густых зарослях живут *утьси* – это волосатые существа, у которых всего один глаз, располагающийся на подбородке. У чудовища есть рога, кости и громадные зубы. Наконец, *ялани* – главари лесных духов. У них железная непробиваемая шкура и огромная сила [122].

Но самое интересное то, что везде и всюду живут *менквы*. Это мифические лесные духи. Когда верховный бог Нуми-Торум решил поселить на земле живых существ, он вырезал из лиственницы два бревна и каждому придал форму человека. В верхнюю треть вбил по гвоздю, чтобы отделить голову от груди. Менквы из-за этого не могли смотреть себе под ноги, потому что подбородком упирались в гвоздь, а не видя дороги, падали и умирали. Тогда Нуми-Торум сделал других менквов и решил проверить, достаточно ли у них силы, чтобы жить на Земле: один дух пошел вдоль Оби, второй – по Северной Сосьве, чтобы занять земли для манси, но по преданию, и они оба были убиты [122].

Позднее манси сами стали изготавливать менквов в виде деревянных болванов, но не перестали относиться к ним с опасением. Они приносили им жертвы, поклонялись, но при случае полагали, что... этого лесного духа можно и убить. Оказывается, менквы боятся... котла для варки клея и берестяных масок! Поэтому такую маску надо надевать человеку не только на лицо, но и на затылок, чтобы духи не подкрались сзади...

Манси считают, что пространство, в котором живут менквы, невидимо, но оно пронизывает мир людей, и временами эти миры сталкиваются. У менквов есть жены, дети и даже собаки, которые похожи на соболей, только на шее — шелковый шнурок... Менквы охотятся примерно на тех же зверей, что и люди. Являются менквы человеку часто в виде огромной черной ели, ветки которой мгновенно могут становиться чудовищными лапами, хватающими вас за одежду и рюкзак. При желании менквы превращаются в паука, лягушку, мышь или ящерицу. Опасаясь менквов, манси все же считают, что они достаточно глупы и их легко обмануть. Самое лучшее жертвоприношение для лесных духов... конь черной масти. Раньше манси покупали их на торжищах и уводили в тайгу на капища [122].

Особенно интересны представления народов тайги о покровителе поселка. Это существо с трудом вписывается в понятие «дух». С ним связывались представления об общем для мужского населения поселка предке, покровителе, защитнике. Следовательно, речь идет о некоем существе, с которым мужская половина поселка связана узами родства как со своим общим предком. Особо подчеркиваем последнее обстоятельство: предок для них общий. С другой стороны, этот предок тесно связан с миром природы, ибо он зачастую представляется как птицы, рыба, насекомое, зверь. В эпоху, о которой идет речь, вероятно, каждое поселение имело своего предка-покровителя. Сегодня уже как известно, выглядели тоглашние святилиша покровителей. Однако, учитывая необычайную консервативность религиозной традиции, можно полагать, что она сохранила наиболее характерные черты древних святилищ вплоть до XX века [107, С. 141–143].

Иных символов, достаточно значимых и могущих объединить людей, просто не существовало. Так возникал и передавался из поколения в поколение этнический стереотип поведения, словно невидимый клей, объединяя разрозненные в тайге поселения. Культ духа-предка — наглядное свидетельство того, как мифология и ритуал объединяли человеческий коллектив в тех условиях, когда иных механизмов, поддерживающих чувство общности, не было или они были слишком слабы [107, С. 144–145].

Разнообразные варианты и локальные особенности святилищ говорят о поисках оптимальных решений одного и того же вопроса: взаимоотношений общества и природы. Явления духовной культуры, рассматриваемые на материалах раннего средневековья Урала и Сибири, характерны для большинства человеческих культур. Там, где развитие общества осуществлялось более быстрыми темпами, эти явления эволюционировали энергичнее и со временем теряли свой первоначальный или давний облик. В своем новом обличье они привычны нам, и редко кто задумывается над тем, какие формы имела европейская духовная культура в предшествующие эпохи. Иное дело – культура народов тайги. Сохранившиеся реликты мироощущения позволяют судить о том, в каких направлениях шел процесс развития духовной культуры таежных народов. Не удивительно, что подчас реконструируются формы, так или иначе знакомые и европейскому средневековью, и культурам индейцев меса-америки [107, С. 146–147]. Вот почему предметы пермского звериного стиля схематично похожи на стилистику каменных изваяний индейцев Центральной Америки.

Таежные святилища переносили с места на место, благо, что укромных мест в тайге немало. Не только сокровища скрывались на таежных островах и лесных полянах от постороннего глаза. Место жительства духа-покровителя было священным потому, что этот островок был сакральным центром своей, пусть маленькой, земли. Этот символ Родины, этнического месторазвития, это возможность как можно дольше в стабильности сохранить свой этнический стереотип поведения.

От благополучного существования на святилище духа-предка и его семьи — согласно логике мифологического мышления — зависела жизнь близлежащего поселка. Фигура духа-предка оказалась в фокусе ритуальной практики еще и потому, что сам образ по-человечески близок и понятен каждому. Это предок, пращур, основа и причина наличного бытия. Здесь хотелось бы остановить внимание на одном обстоятельстве. Есть мнение, что «в культурах древнего и средневекового миров нужно разграничивать относительно статичные, повторяющиеся и в этом смысле как бы «вневременные» структуры и более динамичные, индивидуализированные и неповторимые феномены».

Культуры раннего средневековья Урала и Сибири изучены несравненно слабее, чем культура средних веков Европы, но и здесь можно выделить, хотя бы в виде тенденции, два пласта в духовной культуре. Один из них, наиболее древний, имел непреходящее значение и был достоянием всего населения, фактором его обыденного сознания. Эго верования и представления, уходящие своими истоками за пределы нашей эры и связанные с почитанием природы. Здесь, думается, неиссякаемый источник тех идей и установок, которые питали культ духов-предков. Другой, меньший по объему пласт духовной культуры — это результат творческого отношения к миру отдельных представлений общества, людей одаренных и неравнодушных к мысли и слову. Конечно, их деятельность проходила в рамках традиционного мироощущения, но силами именно этих людей определялись и формулировались основные положения расплывчатого народного миропонимания. Это шаманы, старики, умудренные жизнью, хранители святилищ [107, С. 148]. Следуя теории Л. Н. Гумилева, отнесем их к категории пассионариев [50]. В итоге, обе линии развития народной культуры находились в диалектическом взаимодействии [107, с. 148].

Сохранившиеся сюжеты финно-угорской и обско-угорской мифологии отчасти фрагментарны, отчасти противоречивы, во многом уже навсегда утеряны. Вероятно, общественное сознание той далекой эпохи не стремилось к унификации картины мира. Если существовали противоречивые версии возникновения мира или взаимоотношения божеств, они лишь взаимно дополняли друг друга. Впрочем, среди древнейших мифологических сюжетов о сотворении мира обнаруживаются тексты, известные не только аборигенам Урала и Западной Сибири, но и более широкому кругу народов.

В любом случае, популяризация представлений об окружающем мире у древних народов, их мифология, эпос являются чрезвычайно плодородной почвой для туристского легендирования и привлечения на Урал и в Прикамье, в частности, устойчивого потока туристов.

### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Попробуйте объяснить, в чем заключается значение архаичного мифа и легенды в стабилизации и сохранении этнического стереотипа поведения?
- 2. Попробуйте объяснить, почему архаичные мифы так легко усваиваются современниками? Приведите примеры из окружающей действительности на основе архаичных мифов и легенд Прикамья и Урала.
- 3. В чем специфика восприятия и «чтения» неподвижных образов предметов и изображений у коренных жителей Урала манси?

### ГЛАВА 4.

### ТУРИСТСКОЕ ЛЕГЕНДИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИИ: СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ И ПРИКЛАДНОЙ АСПЕКТ

# 4.1. Туристское легендирование как фактор развития территории (на примере Пермского края)

Базовые понятия: туристское легендирование, фактор развития территории, генеральная задача туристского легендирования, образ туристского кластера, краткосрочные и долгосрочные задачи территории, конкурентное преимущество территории.

Мифы, легенды и сказки, сегодня, как и во времена становления туризма, остаются чрезвычайно важной основой для зарождения туристского мотива и совершения путешествий. При этом, туристская легенда, взятая «на вооружение», часто превосходит по своей значимости реальную туристскую привлекательность территории.

Хотя официальная наука всегда подчеркивает, что практически любая легенда может не иметь под собой достоверных фактов, в туристике важно совсем другое: любая легенда — есть важнейший инструмент привлечения потенциального туриста. Изначально у человека возникает интерес, который в итоге обретает контуры потребности, а затем потребность обретает контуры туристского мотива. Это как раз то, что нужно для того, чтобы потенциальный турист стал реальным.

Под термином «легенда» традиционно принято понимать синонимы «миф» и «вымысел». Обычно это эпический рассказ о каких-то далеких, необычайно интересных и привлекательных событиях, которые, конечно, могли никогда не происходить. В свою очередь, туристское легендирование — это создание легенды и доведение ее, посредством инструментов маркетинга, рекламы и PR, до потенциального туриста. Цель туристского легендирования состоит в подготовке благоприятных условий для

решения административных и предпринимательских задач в достижении желаемых результатов — развития регионального туризма. А. И. Зырянов отмечает: «...особенность каждого района должна выразиться в тематике турпродуктов и продукции туристского сервиса. В связи с этим возникает одна из генеральных задач — задача туристского легендирования территории» [71].

Действительно, с точки зрения туриста, привлекательность территории заключается не столько в количестве отелей, ресторанов и «списка» достопримечательностей, сколько в туристском образе территории, который формируется не без участия легенд и мифов. В нашем случае, речь идет о потребителе, которого должны не только заинтересовать и смотивировать, но и создать для него настолько привлекательную систему легендарных образов конкретной территории или туристского кластера, чтобы турист из потенциального гостя стал реальным [111].

Легендирование является эффективным маркетинговым инструментом, играя важную роль в успешной коммерческой деятельности; ему придается весомое значение в вопросах брендирования и продвижения. Способствуя желаемому позиционированию на рынке, оно относится преимущественно к ресурсам интеллектуальной собственности, тесно связано с понятиями «имидж» и «репутация» территории, что позволяет в итоге достичь весомых материальных преимуществ.

Легенда является, по сути, отдельным важнейшим турресурсом, пусть не осязаемым, но не менее значимым, чем природный или культурный объект, который непосредственно может использоваться в туризме. Взять, например, музей-квартиру знаменитого сыщика Шерлока Холмса в Лондоне на Бейкер-стрит. Ведь речь идет, по сути, «всегонавсего» о литературном герое и художественном вымысле автора, пусть и основанном на собирательном образе. Но попробуйте сказать об этом британцам или туристам-фанатам! То же самое можно, сказать и о знаменитой Русалочке из сказки Г. Х. Андерсена в Копенгагене; «Пятигорском провале», возле которого установлен памятник «Великому комбинатору» и т.д.

Пермский край, находящийся в глубине России, никогда не был в числе лидеров въездного туризма. Более того, до 1991 года регион был закрыт для посещения, как оборонный. Между тем, Прикамье представляет собой целый комплекс легенд мирового уровня: от Пермского гео-

логического периода, до Юрятина Пастернака! При этом многие легенды имеют под собой прочное историческое основание, но до сих пор очень слабо используются для привлечения отечественных и зарубежных туристов. В Пермском крае куда больше оснований для «легализации» в туризме легенд, - в этом смысле туристская легенда и легендирование территории может пропульсивно влиять и даже подталкивать власти муниципалитетов не только на установку памятников или скульптурных композиций, но и на развитие на своей территории тематических направлений в туризме. Пока официальные власти и турбизнес не могут решить вопрос по массовому развитию туризма и созданию популярных турмаршрутов, к этому могут подтолкнуть туристы-«искатели» исторических корней у легенд и сказаний. Так возникают подлинные туристские потоки, наводняющие локалитеты в поисках оснований для легенд. Ярким примером в Прикамье является так называемый «Молебский треугольник» в Кишертском районе Пермского края. За прошедшие годы, его многочисленные «аномалии» так и остались без официального научного подтверждения, однако это не снизило его привлекательность и популярность среди туристов не только по всей России, но и дальнего зарубежья. Местные власти вынуждены были согласиться на установку памятника «Зеленому человечку» и активно занимаются развитием тематической туристской инфраструктуры.

В настоящее время наблюдается парадокс: с одной стороны, это значимые в историко-культурном плане туристские ресурсы Пермского края, которые пока слабо вовлечены в туристские продукты, а с другой стороны, туристские легенды, по своему содержанию не уступающие любым известным всемирным туристским легендам, но все это на фоне многолетней стагнации развития регионального туризма. Однако именно туристские легенды Прикамья, выйдя далеко за пределы его мыслимой «ойкумены» могут «проломить» ситуацию с развитием внутреннего и въездного туризма в крае.

Так, туристская легенда и легендирование, становятся не только значимым мотивом к осуществлению турпоездки, но и базисом для развития туристского бизнеса в муниципалитете. Это настоящая отраслевая экономическая диалектика, неизбежно приводящая к коммерческому успеху: туристы всех категорий и возрастов — самая востребованная аудитория для легенд и сказок любой тематики.

Легенда становится самым «удобоваримым» для всех категорий туристов материалом, который легко усваивается и запоминается. Это хорошая основа для будущего развития так, что реальная туристская территория или кластер могут по своей официальной истории и эволюции развития серьезно отличаться от более перспективной для развития туризма легенды. В этом смысле слово «легендирование» становится не просто некоторым определенным набором легенд, которые возможно декламировать экскурсоводам для туристов и посетителей, а ценным и законченным маркетинговым механизмом, имеющим четкую структуру и последовательность функционирования. Территория может создавать этот «механизм» из пошагового осмысления своей истории и формирования своего легендарного туристского образа.

В последние годы мировой экономический кризис серьезно коснулся и туризма, как экономической отрасли. Но даже в странах, где индустрия сервиса находится на высоте, борьба за качество туристкой услуги постоянно продолжается. Связано это в первую очередь с тем, что потребности туристов, как потребителей, постоянно возрастают и диверсифицируются. Известно: главное, что покупают туристы — это впечатления, и здесь легенда и легендирование занимают не последнюю, а возможно, и определяющую роль. Позитивная легенда способна изменить и любую негативную репутацию территории. Например, Соликамск, к сожалению, сохраняет в России имидж ссыльного и кандального города, с весьма негативным подтекстом и откровенно отпугивает потенциальных туристов. Комплекс легенд, связанных с великим историческим прошлым Соликамска поможет нивелировать негативный образ Соляной столицы Прикамья.

Туристская легенда способна быстро и весьма доступно в финансовом отношении создать красивый, притягательный и запоминающийся образ туристского кластера или локалитета. «Формирование эффективной туристской легенды является важной основой многообразной проектной туристской работы в районе» [71]. И, наконец, легенда, как уже отмечалось, становится ведущим мотивом для совершения туристской поездки.

Объектами легендирования в туризме могут становиться не только овеществленные объекты природного (скалы, вершины, пещеры и т.п.) или социокультурного плана (архитектурные объекты, культурные арте-

факты), но и исторические события, не оставившие своего материального следа и даже вновь создаваемые современные туристские мероприятия и информационные проекты (ярмарки, выставки, туристские фестивали и т.п.). В Прикамье всероссийскую известность приобрел фестиваль «Белые ночи».

Разработка туристской легенды способствует решению как долгосрочных, так и краткосрочных туристских задач территории:

- определенное восприятие туристской информации;
- повышение лояльности потребителей туристского продукта;
- расширение рынка туристских услуг;
- увеличение объемов продаж турпродукта;
- формирование благоприятного образа туристской территории и ее репутации;
- лучшей запоминаемости, узнаваемости в туристских СМИ и последующей образной идентификации туристской территории.

В условиях современной конкуренции, на рынке регионального туризма, легендирование приобретает особое значение, выступая в качестве конкурентного преимущества в попытках опередить уже известные туристские регионы и переключить их турпотоки на себя [178].

Туристская легенда может сочетать в себе как объективные (исторически достоверные) так и вымышленные сведения. По типологии принято выделять реальные, исторические и футуристические легенды. Однако применительно к самому термину «легенда», как разработчику, так и потенциальному слушателю следует понимать, что речь в итоге идет о значительной доле вымысла, в художественно-литературной обработке. Это нисколько не умаляет значения и качества созданной легенды, поскольку туристу не столько нужны факты, сколько «удобное» их восприятие.

Выбор определенного типа легенды или их сочетания зависит от конкретных условий туристской территории и ожидаемого потребительского сегмента. Не маловажное значение имеет мнение специалистов. Правда следует заметить, что историки, краеведы и экскурсоводы со стажем не всегда позитивно принимают легендирование и туристскую легенду в частности. Им начинает казаться, что это обман, в котором мало фактов. Однако при внимательном рассмотрении оказывается, что и применяемые «серьезные» факты в рассказах историков и экскурсоводов на проверку оказываются не меньшим вымыслом.

Любой территориальный туристский бренд должен быть подкреплен базовой легендой или даже комплексом легенд. В структуре туристской легенды можно попытаться выгодно показать отличительные качества, туристский профиль и конкурентные преимущества территории. В итоге не противоречивый легендарный образ туристской территории сформирует ее положительный образ и укрепит заявленный бренд.

В процессе работы над созданием легенды следует принимать во внимание и последовательность имеющихся турпродуктов и маршрутов. Здесь могут возникнуть новые удивительные взаимосвязи и инновационные илеи.

Предположим, что некая территория обладает чрезвычайно многоплановым и даже противоречивым фольклором, сказками и легендами. В этом случае вполне допустима разработка более общей туристской легенды, в которой противоречия будут сглажены, а литературнохудожественная «генерализация» приведет к потере некоторых деталей. Важно, чтобы итоговая туристская легенда была написана интересно, оригинально, а главной проверкой на качество будет рождение туристского мотива и увеличение туристских потоков, после ее обнародования в Интернете, буклетах и туристской литературе.

Потенциальные туристы перед принятием решения о путешествии, как правило, внимательно изучают предстоящую к посещению территорию, знакомятся с отзывами на ведущих туристских сайтах, консультируются на форумах и турагентствах. Важнейшими аргументами, зачастую, являются данные предоставленные в Интернет или в СМИ, поэтому притягательная легенда — чрезвычайно важный козырь к принятию решения.

Если туристская территория пока не обладает строго определенным имиджем и туристским брендом, то всего одна значимая легенда способна стать для них хорошей основой.

Легендирование — это отличный маркетинговый ход для туризма. От него можно начать шаги по разработке фирменного стиля в отельном и ресторанном деле. Например, для Соликамска это может стать тематика Строгановых, для Чердыни — произведения А. Иванова и все, что связано с князьями Вереинскими, а для Осы — история Пугачевского бунта и само название города. Более того, туристские легенды, связанные, например, с тематикой Ермака или хождениями Святого Трифона Вятского далеко выходят за пределы одного муниципалитета и даже федеральной

единицы, – это отличная основа для межрегионального взаимодействия и создания туристских продуктов федерального значения.

Результатом успешно проведенной профессиональной деятельности по разработке и созданию легенды является рост внешней заинтересованности потенциальных туристов, рост официальных турпотоков и доверие у потенциальных инвесторов.

Хорошая легенда становится эффективным конкурентным преимуществом, способным принести существенный материальный доход, так как любая коммерческая деятельность в значительной мере основана на влиянии человеческого фактора (общественного мнения, репутации, имиджа и т.д.).

Наконец, туристская легенда становится хорошим механизмом развития внутренней среды туристского кластера в части позиционирования туристского продукта и корректировки менталитета местных жителей, которые традиционно негативно реагируют на большинство баек и легенд, поскольку считают, что они не связаны с реальной действительностью, а главное способны «навлечь толпы туристов». Об этом моменте нужно сказать особо: это одна из основных причин, блокирующих развитие туризма в муниципалитетах РФ. Пока местное население не видит прямо пропорциональной взаимосвязи между развитием туризма, увеличением турпотоков и своей собственной выгодой, ни в личных доходах, ни в оптимизации окружающей инфраструктуры.

Вполне возможно провести предварительное туристское районирование территории Пермского края с точки зрения туристского легендирования. В этом процессе будут участвовать как целые территории, так и весьма ограниченные туристские локалитеты, как центры «концентрации» туристских легенд. Безусловно, что в таком районировании нужно сохранить определенную историческую логику и последовательность. Предлагается следующая методологическая последовательность «деления» легенд между историческими этапами, подразумевая определенную «многослойность» (напластование эпох) в таком районировании:

- 1. Со времени проживания в Прикамье коренных народов, так называемая «эпоха сказок и легенд» или дорусская эпоха (с 30 тыс. лет до н.э. и до XIV века н.э.).
- 2. Период освоения Прикамья русскими до «Сибирского взятия» (примерно с XIV века н.э. и до XVI века).

- 3. Возникновение и развитие горнозаводской цивилизации, вплоть на начала XX века (XVII XX вв.)
  - 4. Туристские легенды советского периода.
  - 5. Туристские легенды современности.

Следует также выделить отдельные центры туристских территорий (локалитетов), которые в каком-то смысле могут играть роль центров туристских кластеров (рис. 13):

- 1. Краевой центр Пермь является лидером с точки зрения туристского легендирования, и в нем сконцентрировано «напластавание» легенд со времени основания города в 1723 году и до наших дней. Назовем этот комплекс легенд по одноименному телесериалу «Легенды губернского города» [46].
- 2. Кунгур самыми значимыми для туристского легендирования будут легенды Кунгурской Ледяной пещеры, Кунгур как купеческая, чайная и кожевенная столица, вплоть до современного фестиваля «Небесная ярмарка» [140].
- 3. Чердынь столица Перми Великой легенды освоения пермских земель викингами (Бьярмаленд), новгородцами (Серебро закамское) и московитами.
- 4. Соликамск и Усолье, а также другие Строгановские городки история солеварения и становления одной из богатейших династий предпринимателей в России.
  - 5. Ныроб сакральное место Дома Романовых.
  - 6. Оса история Пугачевского бунта.
  - 7. Очер легенды Пермского геологического периода и т.д.

Теперь посмотрим с точки зрения легендирования на Прикамье по крупным географическим секторам.

- 1. Восточное Прикамье легенды горнозаводского периода (Кизеловско-Губахинский, Гремячинский, Горнозаводской, Чусовской, Лысьвенский, Березовский, Усть-Кишертский, Суксунский муниципальные районы).
- 2. Южное Прикамье национальные легенды и эпос татар (Куединский, Бардымский, Ординский муниципальные районы); история Пугачевского бунта (Кунгур и Оса); легенды Пермского периода (Очерский муниципальный район).

- 3. Центральное Прикамье легенды Строгановских вотчин (Добрянский, Ильинский, Александровский, Усольский, Соликамский муниципальные районы).
- 4. Северо-западное Прикамье коми-пермяцкий эпос (территория бывшего Коми-пермяцкого автономного округа).
- 5. Северное Прикамье легенды покорения пермских земель (Чердынский муниципальный район); вогульские легенды (Красновишерский муниципальный район).

Для первого подхода в районировании на базе туристских легенд этого вполне достаточно, да и определенная генерализация также допустима. Муниципалитеты, в своих определенных границах, нуждаются в своем позиционировании с точки зрения тех важнейших легенд, на которые они могут опираться в своем продвижении и развитии туризма.

С точки зрения предложенного нами районирования «белым» пятном здесь остается Западное Прикамье, – данные не говорят о значимом комплексе туристских легенд.

Районирование территорий Пермского края с точки зрения туристского легендирования интересно еще и тем, что картографическая генерализация станет тем самым объективным фильтром, который позволит весь комплекс туристских легенд, которым располагает регион [180], разделить на три группы:

- 1. Легенды всемирного масштаба, способные стать базовым мотивом для привлечения туристов и важнейшим брендом для развития туризма в муниципалитетах [180]:
  - имя «Пермь»;
  - легенды Пермского геологического периода;
  - Чердынь Пермь Великая;
  - Пермский звериный стиль;
  - Пермская деревянная скульптура;
  - легенды Кунгурской Ледяной пещеры;
  - легенды о Сибирском взятии;
  - коми-пермяцкий эпос;
  - вогульский эпос;
  - Бьярмаленд;

- Романовы;
- Юрятин и «Доктор Живаго» и т.д.
- 2. Легенды всероссийского уровня [180]:
- легенды покорения пермских земель;
- Строгановы и эпоха солеварения;
- феномен горнозаводской цивилизации;
- история Пугачевского бунта;
- становление православия и житие Святого Трифона Вятского.
- 3. Легенды местного уровня [180]:
- водопад Плакун;
- легенды Пыскора;
- татарский эпос;
- подземная Пермь;
- пермская Царь-пушка и т.д.

Естественно, что при перенесении трех групп на карту, в начальных картосхемах последняя группа может быть полностью исключена генерализацией, а вторая представлена фрагментарно и концентрироваться в центрах туристских локалитетов, - в виде сегментированных диаграмм с поцветовой окраской, демонстрирующей определенный спектр туристских легенд (рис. 13). И только первая группа ляжет в основу фоновой окраски и базового районирования всей территории Пермского края, с точки зрения туристского легендирования. Выделенные группы могут вызвать ожесточенные споры среди историков, краеведов и маркетологов, занимающихся выделением базовых туристских брендов. Методологический поиск рано или поздно подталкивает к решению глобального вопроса: какие ресурсы и туристские события должны стать основой общего бренда и продвижения Пермского края как туристского региона в России и за рубежом? - Составляющими таких брендов объективно могут стать уже названные нами в первой группе естественноисторические события и культурные артефакты.

Подходы к районированию территории Прикамья, с точки зрения туристского легендирования, нуждаются в разработке и составлении образно-географических карт.

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Как туристская легенда влияет на мотивы поведения потенциального потребителя туристских услуг?
- 2. Почему туристская легенда может являться эффективным маркетинговым инструментом для развития территории?
- 3. Какие краткосрочные и долгосрочные задачи туристской территории может решать туристское легендирование?
- 4. Какие, на ваш взгляд, центры, населенные пункты и территории Прикамья могут ассоциироваться со значимыми легендами? Приведите примеры, взяв для этого, муниципальный район или центр Пермского края.
- 5. Опираясь на исторические материалы, книги, литературные произведения, факты, сведения, публикации в СМИ, фольклор, сказки, мифы, устные рассказы очевидцев и т.п. подготовьте туристскую легенду (по одному из муниципалитетов или туристскому центру Прикамья), используя для этого следующий примерный план:
  - 1) Место происхождения (география) легенды.
- 2) Время происхождения легенды (эпоха, век, период, дата и т.п., если есть).
  - 3) Этническая принадлежность легенды (если есть).
- 4) Исторические или документальные источники (если есть), подтверждающие (опровергающие) легенду.
  - 5) Взаимосвязь легенды с туристскими ресурсами территории.
- 6) Возможность показа объектов и артефактов, связанных с легендой (в природе, музее, архитектуре и т.п.).
- 7) Включенность легенды в действующие турмаршруты (турпродукты) в регионе.
- 8) Возможность разработки новых турпродуктов, турмаршрутов и экскурсий, связанных с данной легендой.

### 4.2. Туристское легендирование в формировании туристского имиджа и развития регионального туризма

Базовые понятия: туристское легендирование, туристский имидж, развитие регионального туризма.

Современного туриста удивить достаточно сложно. Основной движущей силой, заставляющей туриста двинуться в путь с целью посещения какого-либо туристского объекта или региона, по-прежнему остается туристский мотив. Специфика возникновения туристского мотива и его динамика еще не достаточно изучены, как впрочем, и мотивация в целом. Одним из аспектов, позволяющих потенциальному туристу «взрастить» свой мотив до потребности, чтобы она обрела явные очертания конкретного региона посещения, является ожидание тайны и жажда познания. Здесь, как и много веков назад, можно назвать три определяющих выбор фактора:

- 1) туристский имидж региона;
- 2) загадочные памятники культуры, уникальные природные явления, неповторимые обычаи и традиции коренного населения;
- 3) легенды и мифы, которые в совокупности вызывают у туриста «детскую» уверенность в том, что он обязательно сможет «прикоснуться» к тайне и разгадать ее.

Естественно, что между перечисленными факторами существует видимая диалектическая взаимосвязь: правильно раскрученные и продвинутые легенды и мифы, через включение их в туристский продукт, почти незамедлительно формируют привлекательный туристский имидж и образ региона.

В Пермском крае ситуация с развитием туристского имиджа и эксплуатируемых в туристских продуктах мифов и легенд выглядит весьма скромно. Сам туристский имидж непосредственно связан с имиджем региона в целом. Прикамье известно далеко за пределами Уральского региона и даже России чередой недавних печальных событий и происшествий, которые крайне негативно влияют и на туристский имидж края. Это и катастрофа самолета «Боинг», пожар в «Хромой лошади», «ограбление века» («синдром Шурмана»), «бешеный автобус», Березниковский провал (авария на шахте ОАО «Уралкалий») и т.д.

Естественно, что все эти события вряд ли сыграют на увеличение туристских посещений Пермского края. В тоже время страшные и загадочные события далекого прошлого, свидетелей которых не осталось, вполне могут использоваться в туристском имидже и провоцировать потенциальные туристские мотивы. Главное здесь, – соблюсти определенную тактичность и баланс.

Начиная с 90-х годов XX века, столица Урала Екатеринбург активно стала развивать тему Царской семьи и Судьбы Романовых. К чему это привело? – Не зная подробностей, иностранцы говорят просто: «Мы хотим посмотреть город, где убили царя». Полагаем, что это не совсем удачное направление для развития туристского имиджа уральской столицы. К тематике Романовых нужно было относиться «тоньше» и предусмотрительнее, у Екатеринбурга есть масса других направлений, кроме как быть городом-цареубийцей.

В подтверждение сказанного приведем два туристских мифа, позиционирование и продвижение которых в информационной среде, с одной стороны, может привести к повторению истории с обретением негативного имиджа Екатеринбурга, и в тоже время своей новизной стать значимым туристским мотивом к посещению Прикамья.

Легенда «Предвестник Страшного Суда» [180]. Чердынь — одно из древнейших русских поселений Прикамья. Этот удивительный город стоит, также как Рим и Москва, на Семи холмах и может запросто оказаться старше Москвы. Чердынь — это настоящая «Пермь Великая», так что современный краевой центр — город Пермь, — это Пермь «вторая». И кажется, что все легенды — ровесницы Чердыни. Своими корнями они уходят в далекое прошлое. Но оказалось, что время удивительных событий и рождения новых туристских мифов не закончилось.

Недалеко от Троицкого холма, на котором когда-то стоял деревянный Чердынский кремль, располагается двухэтажная Успенская церковь. Сегодня в этом здании находится Музей истории веры. Это удивительный и, наверное, единственный в России музей, который, благодаря самоотверженности сотрудников, в течение всего советского периода бережно сохранял и даже скрывал религиозные предметы старины и атрибуты православия, не считаясь с запретами и атеизмом. Может поэтому, музей не потерял дух православного храма, который, как живой, продолжает общаться со своими прихожанами, гостями и туристами. Более того, считается, что под храмом или рядом с ним находятся многочисленные захоронения воинов, павших в XV-XVI веках в боях за Чердынь с коренными и сибирскими народами.

Сразу после революции стены храма были вымазаны негашеной известью, чтобы росписи потолков и сводов были утрачены навсегда, и почти сразу в здании началась пропаганда атеизма. Приезжавшие в конце 90-х гг. XX века столичные реставраторы попытались удалить известь, но она смывалась вместе с краской настенных росписей.

Прошло еще десятилетие, и вдруг ранним утром 11 сентября 2001 года, когда сотрудники музея пришли на работу, они обратили внимание, что возле лестницы на второй этаж (бывший Храм Успения Божьей Матери), со стены тихо отшелушиваясь, падают мелкие частички побелки и с легким шуршанием ложатся на пол. «Снег» из извести шел весь день, но к вечеру прекратился. На стене открылся фрагмент старинной росписи, но этому не придали особого значения, как и сюжету, явившемуся наблюдателям. Работники музея подмели пол, и с окончанием рабочего дня, закрыв музей, отправились домой, где и узнали новость, ввергнувшую их в шок. Далеко за океаном, на другом континенте, в Нью-Йорке, горели и падали Башни-близнецы. Только тогда в сознании сотрудников музея установилась очевидная страшная взаимосвязь событий того дня. Правда, только верующий православный человек способен испытать истинное потрясение от осмысления этой взаимосвязи. На стене храма проступила сцена из Страшного Суда и грозный лик чернокрылого Архангела Гавриила с пронзительным взглядом и поднятой с предостережением рукой. О чем он говорит нам? Может он предвестник ужасных судьбоносных событий не только для Чердыни и Перми, но и для всей России? Любой может просто отрыть дверь музея, увидеть фрагмент росписи и похолодеть от ужаса...

Может быть наши далекие предки, когда Чердынь была опорным восточным краем Руси, кровью и потом отстаивали здесь веру, свободу и независимость, молча вопиют к нам и пытаются таким способом предсказать и предупредить нас. Падение Башен-близнецов вовсе не террористическая атака, а «театральный» ход с известным в истории XX века поджогом «Рейхстага», и настоящий смысл дьявольского сце-

нария может быть направлен... против России. Вдруг тогда это вовсе не известь с потолка, а вековые снега ядерной зимы?..

**Легенда «Об этом извещаются все народы...»** [180]. Согласно старой мансийской легенды Урал — не просто пояс, а своеобразная полоса, линия, центр мира. Кто знает? Но вот то, что на Урале удивительным образом переплетаются даты, события и имена вызывает уверенность, что речь идет о непростых совпадениях, определяющих судьбы России и даже мира.

В 1925 году М. А. Булгаков написал повесть «Собачье сердце», где одним из главных героев и виновником «удивительных» событий был профессор Преображенский. Сейчас сложно сказать, откуда автор взял эту фамилию, возможно, от слова «преображать», «совершенствовать», что и сделал профессор с бедным псом Шариком. Но вот совпадение: в 1929 году реальный профессор от геологии Павел Иванович Преображенский — первооткрыватель крупнейшего в мире Верхнекамского месторождения калийно-магниевых солей, открыл первую нефть и Урале для советской России, чем предопределил развитие всей экономики Урала [12]. Ровно за 100 лет до этих событий, в 1829 году, на Урале и опять же в Прикамье был найден Первый российский алмаз, и нашел его мальчик, которого тоже звали Павел [156].

На этом совпадения не заканчиваются. Оказывается, профессор П. И. Преображенский успел побывать министром Народного просвещения в Правительстве А. В. Колчака, за что был осужден и считался неблагонадежным, как, собственно, казацкий атаман Ермак, который отправился на покорение Сибири из Верхне-Чусовских городков. Так вот именно в черте Верхне-Чусовских городков профессор П. И. Преображенский добыл первую Уральскую нефть, открыв новый стратегический ресурс для России, как Ермак, подаривший нам Сибирь. Кстати, геолог П. И. Преображенский родился в один год с А. В. Колчаком, в 1874 году [12].

В 1612 году, когда умер пермский и уральский Святой Трифон Вятский, русское ополчение прогнало поляков из Москвы. Трифон никогда не сомневался в избавлении России от вражеского нашествия. Здесь хочется привести один интересный факт. Когда до Чердыни все-таки дошла весть о захвате Москвы поляками, местные мужики, вооружив-

шись вилами, косами и топорами, подпоясались и отправились в дальнюю дорогу пешком, — спасать Москву. Дорога заняла у них почти год. Каково же было разочарование чердынцев, когда, дойдя до столицы, они узнали, что поляков давно прогнали. Как повезло полякам, и как не повезло чердынцам...

Удивительна мистика дат, чисел и имен, связанная с Романовыми [35]. Никогда царственная династия Романовых особо не связывала свою судьбу с Уралом. Однако они начали свою историю с Каменного пояса, и здесь же их страшная Судьба завершилась.

В 1601 году опальный боярин Михаил Романов (дядя первого русского царя из династии Романовых) был сослан на Урал, в Прикамье, в деревню Ныробка (с.Ныроб). К весне он уже был погублен охранявшими его стрельцами. Спустя, 317 лет в ночь с 12 на 13 июня 1918 года, Светлейший князь Михаил Романов закончил свои дни в Перми. Он без суда и следствия был убит пермскими милиционерами. Оба Михаила трагически закончили свою жизнь на Западном Урале. Загадка. И здесь впервые мы сталкиваемся с числом «17». Более того, лето 1601 года было настолько дождливым, что на корню сгнил практически весь урожай, и в стране начался голод, принесший огромные жертвы и во многом спровоцировавший последующую смуту.

Для всей династии Романовых число «17» стало роковым. <u>17</u> октября 1888 года под Харьковым потерпел крушение царский поезд, при этом семья Александра III чудом осталась жива. <u>17</u> мая 1896 года во время коронации Николая II произошла трагедия на Ходынском поле, где было задавлено насмерть 1389 человек и 1300 человек получили увечья. После чего в народе заговорили о недобром предзнаменовании, а Николай II получил прозвище «кровавый».

<u>17</u> октября 1905 года Николай II подписал манифест об ограничении власти монарха в России. И в этом же году последовала первая кровавая русская революция.

В 19<u>17</u> году начались революционные события, которые привели к захвату власти большевиками. И даже гибель царской семьи произошла <u>17</u> июля 1918 года в Екатеринбурге. Это страшное событие предсказывал Григорий Распутин в случае своей насильственной смерти, которая произошла <u>17</u> декабря 1916 года.

Есть и другие поразительные совпадения. Михаил Федорович Романов — первый из династии Романовых, племянник боярина Михаила Романова, был призван на царство из Ипатьевского монастыря. Дом, в котором была расстреляна семья Романовых в Екатеринбурге, в 1918 году принадлежал инженеру по фамилии Ипатьев.

У истоков династии Романовых в XVII веке, стоял патриарх Гермоген, канонизированный во время царствования Николая II. В преддверии гибели царской семьи и заточении в Тобольске, рядом находился епископ тобольский Гермоген.

В 1905 году в Петербурге на реке Неве в праздник Крещение Господне Государь в сопровождении свиты направился к реке, где была сооружена Иордань (место для освящения воды). Пушки Петропавловской крепости, как всегда, салютовали холостыми в честь праздника. Но одна, по случайности (?), была заряжена картечью, которая попала точно в царскую свиту. Все остались невредимы, но картечь сбила царское знамя (хоругвь), в чем все увидели плохое предзнаменование. Только один городовой получил легкое ранение. Фамилия городового была... Романов...

Сам Николай II пророчески фатально говорил: «... Я имею непоколебимую веру в то, что судьба России, моя собственная судьба и судьба моей семьи— в руках Господа. И чтобы не случилось, я склоняюсь перед Его волей» ...

Русский святой и ясновидящий Серафим Саровский еще за 100 лет до революционных событий в России в подробностях описывал злодеяния большевиков, говоря при этом, что «Россия по попустительству Божью на 70 лет будет отдана во власть Сатане». Говорят, что Николай II прикасался к ларцу со святыми мощами Серафима Саровского, который еще при жизни говорил: «Будет некогда царь, который меня прославит (усилиями Николая II Синод канонизирует Саровского в 1903 году), после чего будет великая смута на Руси, много крови протечет за то, что восстанут против этого царя и самодержавия, но Бог царя возвеличит». Предсказание было известно дворянину Мотовилову, который добивался аудиенции у императора Николая II. Однако его ославили как сумасшедшего. Но только в октябре 1905 года, в год первой русской революции, с документами ознакомилась императрица Алексан-

дра Федоровна. И в этом же году в заводском районе Мотовилиха города Перми произошли революционные выступления рабочих. Опять невидимая ниточка протянулась на Урал.

После убийства царской семьи в доме Ипатьева на обоях одной из комнат было обнаружено изображение свастики. Возможно, ее нарисовала одна из царских дочерей. И кабалистический символ стал страшной реальностью для Советской России в 1941 году... На стене полуподвальной комнаты, где было совершено ужасное убийство Царской семьи, была обнаружена неизвестно когда появившаяся надпись: «Здесь по приказу тайных сил царь был принесен в жертву для разрушения государства. О сем извещаются все народы!».

И вновь зловещая паутина таинственных связей потянулась к Перми. На Егошихинском кладбище у Всесвятской церкви в 1954 году был предан земле С. И. Люханов, который был шофером грузовика, вывозившего тела погибших Романовых и их слуг на Ганины Ямы (окрестности Екатеринбурга) в 1918 году из Ипатьевского особняка темной июльской ночью. Есть предположение, что после того, как трупы облили кислотой, их пытались поджечь, взяв бензин из грузовика С. И. Люханова. А затем несколько раз проехали по останкам автомобилем, пытаясь избавиться от следов преступления. Кстати, еще один примечательный факт: шифрованная телеграмма от Якова Свердлова, с приказом о расстреле Царской Семьи пришла в Екатеринбург через... Пермь.

С. И. Люханов один из тех, кто прожил достаточно долго после участия в этом дьявольском деле. Возможно, Бог дал ему долгую жизнь для многочисленных мучений. После Гражданской войны С. И. Люханов мотался по стране, от него ушла жена, и в конце он работал слесарем в Пермской инфекционной больнице. Но, по словам сына, что-то постоянно мучило его.

Вообще, Пермь и прилегающее кладбище к Пермской пересыльной тюрьме в Разгуляе явилось ужасным олицетворением того, что революционный террор приносит народу его же породившему. Большевики были инициаторами уничтожения первого архиерейского кладбища в Перми и размещения на его территории зоопарка. Но в 1919 году захват города белогвардейцами привел к ответному разорению всех захоронений борцов за революцию. А в конце 30-х годов XX века, когда поли-

тические репрессии достигли апогея, практически все творцы пермских революционных событий и их соратники из других регионов Урала расстреливались в тюремном замке Разгуляя и десятками сбрасывались в наспех вырытые ямы в долине реки Стикса, — легендарной античной реки мертвых. Круг ада замкнулся, и опять в судьбе Романовых прошел пермский и уральский след.

Есть на Урале и в Прикамье действительно какая-то Тайна, постичь которую и осознать ее глубину не удалось пока никому. Тем лучше для тех специалистов и практиков, кто абсолютно уверен в том, что упомянутые выше события и даты, способны привлечь в Пермский край десятки тысяч туристов.

Только нужно быть крайне осторожным в использовании этой информации для экскурсионных текстов, иначе за Прикамьем вместо привлекательного для туристов региона может окончательно закрепиться неблагоприятный и пугающий имидж.

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. В чем заключается негативный имидж г. Перми и Пермского края? Приведите примеры известных событий.
- 2. Почему необдуманное продвижение и позиционирование какойлибо туристской легенды может привести к негативному имиджу туристской территории?
- 3. На примере любого туристского центра или муниципалитета Пермского края выберите легенду, которая, на ваш взгляд, способна значительно изменить имидж этого центра или территории.

# 4.3. Туристская легенда «Скандинавская Биармия» как фактор продвижения и развития территории (на примере Севера Пермского края)

Базовые понятия: культурный туризм, туристские ресурсы, скандинавская Биармия, Пермский край, продвижение, социокультурные проекты, туризм, Восточный путь (Austrvegr), «серебро закамское», пермский звериный стиль, финноугорский эпос, скандинавские саги, туристский продукт, социально-экономическое развитие территории.

Легенда о скандинавской Биармии, пожалуй, одна из самых красивых и привлекательных в современной мифологии. Прикамье – регион дисбаланса между туристским потенциалом и его минимальным использованием, помноженным на слабое продвижение и отсутствие уверенности муниципалитетов в своем историко-культурном наследии, в котором заложен мощный финансовый потенциал, а его эффективная эксплуатация гарантированно принесет запланированную прибыль. Один пример: именем «пермь», благодаря англичанину Р. И. Мэрчисону, названа целая мировая геологическая система, коренным образом определившая становление и развитие жизни на планете. Однако как туристский ресурс пермская геологическая система у нас слабо позиционируется и уже требует ребрендинга, но она хотя бы фрагментарно представлена географически в виде музеев (г. Пермь, г. Очер), мини-парка Пермского периода (г. Очер) и отдельных экспонатов на фоне слабого внимания со стороны краевых, муниципальных властей и предпринимателей. Турист, при должной мотивации и дополнительных финансово-временных затратах, все-таки сможет составить себе определенные представления о пермской геологической системе при посещении Пермского края. К сожалению, этого нельзя сказать о скандинавской Биармии (Bjarmaland), восточная часть которой располагалась на территории Прикамья.

IX — XI вв. н. э. известны величайшими морскими походами и территориальными завоеваниями скандинавских викингов. На Западе они освоили Гринланд (остров Гренландия), еще западнее, почти за 500 лет до Колумба (около 1000 г.), открыли северо-восточные земли американского континента: Маркланд, Хеллуланд и Винланд («земля винограда»

– остров Ньюфаундленд). В поисках богатств и наживы викинги плавали не только на Запад, но и на Восток, где помещали страну Биармию. Несмотря на то, что географическое положение Биармии достаточно точно описано в скандинавских сагах, сегодня она по-прежнему остается столь же неуловимой и притягательной, как и мифическая золотая страна Эльдорадо в Новом Свете. Только вместо золота в Биармии были... персидское серебро, пушнина и моржовый клык!

Викинги утверждали, что эта земля находилась далеко на Востоке за студеными морями и долгой полярной ночью. Там жили бьярмы, торговавшие серебром и мехами. Викинги называли ее Бьярмаландом (так именовались все территории, лежащие к востоку от Белого моря).

Краткая справка из Советской исторической энциклопедии: «Биармия – страна на крайнем северо-востоке Европейской части России, славив-шаяся мехами, серебром и мамонтовой костью; известна по скандинавским и русским преданиям IX – XIII вв. Некоторые историки считают, что Биармия, или Биармаланд, – это скандинавское название берега Белого моря, Двинской земли; другие отождествляют Биармию с "Пермью Великой"» [154]. Этот текст сопровождается указанием на работы трех исследователей, специально занимавшихся данным вопросом, – С. К. Кузнецова [100], К. Ф. Тиандера [161] и А. И. Соболевского [153].

Территорию от Северной Двины до самых Уральских гор викинги называли Бьярмаленд (Бьярмаланд) – «земля бьярм». Скандинав Отер в своих путевых заметках рассказывал: «...Многое поведали ему бьярмийцы как о своей родной земле, так и о близлежащих землях: но он не знал, насколько правдивы эти рассказы, потому что сам этого не видел. Показалось ему, что и финны, и бьярмийцы говорят почти на одном [и том же] языке...» [114]. Викинги заметили языковое родство жителей этой страны – финно-угров – с уже известными им финнами и назвали их «бьярм». Так этноним диалектически перешел в топоним, из которого родилось: бьярма - парма - перемь - пермь. По еще одной близкой версии, «бьярм» созвучно названию медведя в северо-германских языках bjørne (датск.). Однако сами же коренные народы не имеют этнонима, созвучного со словом «бьярм». Вероятнее всего, слово каждый раз подхватывалось новыми волнами заселения: от викингов к новгородцам, от новгородцев к московитам – и каждый раз слегка деформировалось: так «барм» (берм) могло с веками смягчиться до «перм»...

Еще одним из доказательств скандинавских походов в Биармию является «Сага о Харальде Серая Шкура»: «Харальд Серая Шкура поплыл одним летом со своим войском на север в страну Бьярмов, и совершал там набеги, и дал большую битву бьярмам на берегах Вины. Харальд конунг одержал победу и перебил много народу. Он совершал набеги по всей стране и взял огромную добычу» [53, 52]. В этой саге фигурирует река Вина, и она реально существует – входит в бассейн Северной Двины. На языке коми-пермяков она называется Вынва, это означает, что викинги могли бывать на ее берегах и использовать реку как часть своего пути в страну бьярмов...

Интересно, что зарубежные, да и отечественные историки, рисуя схемы походов викингов, доводят «стрелочки» даже до Средиземного моря и Византии. Однако линия пути викингов, огибающая Скандинавский полуостров, «обычно прерывается» в Белом море или в устье Северной Двины, и дальше на картосхемах проходит правая ограничительная линия рамки. В реальности экспансия викингов была похожа на диффузию, поэтому мнение, что на Запад и Юг они распространились куда дальше, чем, например, на Восток, вполне субъективно.

Анализируя саги, исследователи не всегда обращают внимание на принципиальную географическую привязку к маршруту — так называемый восточный путь — Austrvegr! «Сага о Хальфдане Эйстенссоне» и «Сага о Боси» повествуют даже о берегах Бьярмаленда (undir Biarmaland), о лесе Вины (Vinuskogr) [47], где происходят многочисленные события, включая нападение на святилище или набег отца берсеркеров Арнгрима на Биармаленд [161].

Многоплановой работой, специально посвященной вопросу о местоположении Биармии и возможной этнической принадлежности биармийцев/бьярмов, стала статья А. Л. Никитина «Биармии и древняя Русь» [125]. Автор категорически против размещения Биармии на территории Прикамья. Известные современные скандинависты, разрабатывающие данную тему, в первую очередь Т. Н. Джаксон и Г. В. Глазырина, также отвергают мнение, что Биармия находилась в пермских землях, но и у них нет единого мнения с А. Л. Никитиным. За весь период полемики местоположения Биармии «на крайнем северо-востоке» исследователи помещали ее на Кольском полуострове (Олаус Магнус, XVI в.) [147], в норвежской Лапландии

(И. Шеффер, XVII в.) [114], на Карельском перешейке (В. Н. Татищев, XVIII в.) [160], в Пермской области и нижнем Подвинье (Ф. И. Страленберг) [157], в устье Северной Двины (К. Ф. Тиандер) [161], на берегу Рижского залива (А. Л. Никитин) [126, 127], в Ярославском Поволжье (К. Ф. Мейнандер) [115], между реками Онега и Стрельна или Варзуга (Т. Н. Джаксон) [53], «вся территория Севера Восточной Европы от Кольского полуострова вплоть до Ладожского озера» (Е. А. Мельникова [116] и Г. В. Глазырина [47]).

Большинство историков и филологов подошли к вопросу исключительно на основе анализа филологического материала, топонимики и текста скандинавских саг, следуя проторенным путем за К. Ф. Тиандером.

Естественно, что мы являемся сторонниками местонахождения Биармии именно в пермских землях, хотя не отрицаем, что ее западные «ворота», как считают все сторонники альтернативной географии Биармии, находились на Кольском полуострове, на побережье Белого моря и в устье Северной Двины, там, где викинги впервые встречали финноговорящих жителей, видели характерные таежные ландшафты и очевидно присутствующую тогда в изобилии популяцию медведей. Кстати, на многих средневековых европейских картах вдоль по долине Северной Двины нарисованы многочисленные медведи в виде «внемасштабных» значков.

Следует понимать, что важнейшей частью экономики и хозяйственной деятельности любой страны, и в том числе древней Биармии, являются товарно-сырьевые потоки. В данном случае – серебро, пушнина и моржовый клык, но, вероятно, викинги даже не представляли, что начало серебряного пути находилось не в Биармии, а далеко на юге, в Персии. Никакие торговые трансконтинентальные пути не существуют из простого любопытства открытия других территорий. Пермская Биармия для викингов имела четкий экономический и товароориентированный смысл. Совершенно естественной была их попытка выяснить у аборигенов источник серебра, и можно с уверенностью утверждать, что им показывали дальше против течения реки, уходящей вглубь земли бьярмов, в сторону восходящего солнца, говоря при этом: «рега таа» («дальняя страна, берег дальний»). В более поздние времена, начиная с XVII в., по этому пути повезли в Европу соль, боровую дичь, рыбу и чай.

Более того, пермские и вычегодские земли – это не просто транзитный регион, здесь серебро теряло монетарную основу, экономическую

ценность и становилось частью приношений на святилища, во славу местным таежным богам, или частью культовых украшений, поясов, подвесок и ожерелий. Определенный торговый обмен мог иметь место, и тогда персидские монеты, в случае честного торга, а не грабежа, могли обмениваться на скандинавские вещи. Но, оказавшись в руках викингов, а позднее новгородцев, серебро вновь обретало монетарную основу и вместе с пушниной наполняло скандинавскую и европейскую экономику.

Эксплуатация существующих культурно-исторических ресурсов под общим брендом «Биармия» могла бы привести к закреплению и установлению окончательного приоритета этой легендарной страны викингов именно за севером Пермского края [184]. Воспользуемся виртуальной перспективой с тем, чтобы представить, какие муниципалитеты Прикамья, центры и ресурсы могли быть положены в основу нового перспективного туристского бренда «Биармия» [179, 181].

Создание и успешная эксплуатация туристского бренда «Биармия» для целей туризма не нуждается в научных доказательствах, фактах и мировом признании. Надо лишь создать на территории Прикамья законченный одноименный туристский продукт и продвинуть его на зарубежном и отечественном рынке. Кстати, это может стать новым поводом для научных форумов и конференций с целью возобновления полемики по данному вопросу.

Особенно интересным и познавательным предлагаемый туристский продукт станет для жителей Скандинавского полуострова, Дании, Прибалтики и всего финно-угорского мира. Самой яркой страницей Биармии, безусловно, является «серебро закамское» (монеты и посуда), а также многочисленные предметы пермского звериного стиля. География их экспонирования достаточно широка: музейные экспозиции в скандинавских странах, Прибалтике, Республике Коми, Государственном Эрмитаже (Санкт-Петербург), в Перми и многочисленных прикамских муниципальных музеях. Это культурное наследие, представленное в пермских, коми-пермяцких и вычегодских землях, и является в каком-то смысле наследием Биармии.

Однако перечисленных ресурсов может быть явно недостаточно для цельного и законченного туристского продукта «Бьярмаленд» и значимого туристского мотива для посещения зарубежными и отечественны-

ми гостями территории Пермского края. В первую очередь это неумелое продвижение и слабая информационная наполненность этой тематики. Полагаем, что здесь чрезвычайно важная роль может быть отведена театрализации, анимации и исторической реконструкции. При этом вновь подчеркнем, что историческая достоверность и даже географическая привязка не играет в туризме особо значимой роли. На начальных этапах продвижения бренда «Биармия» сложно будет оторваться от инфраструктуры: транспорта, связи, сервиса и гостеприимства. В перспективе могут быть созданы и эксплуатироваться маршруты активного туризма, связанные с тематикой Биармии. Бренд «Биармия» должен быть в первую очередь использован для перспективного развития территории бывшего Коми-Пермяцкого автономного округа (город Кудымкар, Гайнский, Косинский, Кочевский, Кудымкарский, Юрлинский и Юсьвенский муниципальные районы). Географически в предлагаемый туристский продукт будет вовлечен и Чердынский муниципалитет, в нем можно позиционировать «свою долю» туристской Биармии. Начиная с отворота на Кудымкар (по трассе Пермь – Ижевск) и аналогично по автодороге Соликамск – Чердынь (в районе Редикора), вполне объективно разместить большие информационные стенды, сообщающие о пересечении туристами виртуальной юго-восточной границы скандинавской Биармии. Предпринимателям следует воспользоваться этой ситуацией для создания в этих местах автобусных стоянок с соответствующей инфраструктурой сервиса и гостеприимства.

Обязательной частью экскурсионного маршрута должно стать посещение Искорского городища, где на территории между Узкой Улочкой и самим городищем можно создать скандинавскую этнодеревню с «длинным домом», в которой туристы смогут ознакомиться с образом жизни викингов и финно-угров того времени и в завершение даже совершить плавание на дракаре викингов по Колве, в направлении Чердыни. Эффективный опыт организации такой деревни уже есть в Дании – Sagnlandet Lejre. На территории компактного проживания коми-пермяков также возможно создание этнодеревни и активное продвижение финно-угорской и «чудской» тематики – сегодня это необычайно популярное направление у современных зарубежных и отечественных туристов.

Наконец, венцом туристского бренда «Биармия» должен стать ежегодный этнофестиваль с рабочим названием «Биармия — это Пермия!», который необходимо «продвинуть» в первую очередь на весь финноугорский мир. Как мы уже отмечали, подобного рода мероприятия будут носить пропульсивный экономический характер и станут локомотивом развития названных муниципалитетов. Географически вполне логично сделать центром такого фестиваля г. Кудымкар. Недавно построенный в городе театр обязательно должен иметь в своем постоянном репертуаре постановки «Царь Кор» и «Биармия» (по мотивам произведений К. Жакова) на русском и коми-пермяцком языках, так что туристам из Финляндии почти не потребуется перевода.

Биармия никогда не была для викингов страной в полном смысле этого слова. Биармия — это скорее «доступ» к ресурсам и торговым путям, пространство без границ и ограниченное во времени, затерянная земля в «зеленом океане» тайги к северо-западу от Уральских гор.

Таким образом, на базе туристской легенды и с помощью легендирования, можно разработать концепцию «Пермская Биармия» в социокультурном и туристском плане, что позволит многим северным территориям Прикамья и юго-восточным районам Республики Коми, находящимся сегодня в явно депрессивном социально-экономическом состоянии, решить ряд проблем. Легенда и легендирование, вместе с культурным туризмом, выступают в данном случае как пропульсивный метод развития территорий, тем более когда в основе лежит такая историческая легенда, как «Пермская Биармия».

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Какие еще знаменитые мифы и легенды древности, характерные для Европейского Севера и Евразии в целом, вам известны? Подготовьте сообщение по одной из таких легенд.
- 2. В чем заключаются причины не использования легенды «Скандинавская Биармия» до настоящего времени в туристских продуктах севера Пермского края?
- 3. Какие географические центры и ресурсы Северного Прикамья уже сегодня можно использовать для развития туризма по этой тематике?
- 4. Какие социокультурные проекты и мероприятия можно разработать и провести по тематике «Биармия»?

## 4.4. Легенды Кунгурской Ледяной пещеры как фактор эффективного туристского легендирования

Базовые понятия: туристская легенда, туристское легендирование, Кунгурская Ледяная пещера, как базис легендирования.

В настоящем параграфе настоящего учебного пособия демонстрируется как образы и туристские легенды через процесс туристского легендирования могут эффективно использоваться для продвижения и роста посещаемости конкретного туристского центра и ресурса.

Кунгурский муниципалитет и г. Кунгур, по многочисленным методикам оценки туристской привлекательности [182, 183], занимает лидирующее положение в туристском рейтинге среди муниципалитетов Пермского края, за исключением краевого центра. Причин этому несколько. Во-первых, наличие значимых туристских ресурсов и их комплексное сочетание: объектов активного и культурного туризма. При этом важно понимать, что такой туристский центр как Кунгур и Кунгурский муниципалитет способен «удержать» туриста более чем на одни сутки, поэтому можно говорить о законченном и постоянно эволюционирующем туристском продукте. Во-вторых, близость Кунгура к краевому центру (90 км) и хорошая транспортная доступность. И, в третьих, - потенциал развития событийного туризма. Такое мероприятие, как Ярмарка воздухоплавания, по праву, может считаться не только событием всероссийского масштаба, но и набирающим популярность за рубежом. В свое время был сделан абсолютно правильный ход: задумано уникальное туристское событие с привлечением иностранных участников – пилотов воздушных шаров, – это самое эффективное продвижение и реклама.

Уже перечисленных причин более чем достаточно, чтобы обрести Кунгуру и Кунгурскому муниципалитету славу новой туристской столицы. Известно, что Кунгур когда-то был Чайной и Кожевенной столицами России. Сегодня, без каких-либо особых наработок, этот «уголок» Прикамья может стать новой туристской столицей России. Только одна Кунгурская Ледяная пещера — уникальный туристско-экскурсионный ресурс для России в целом. Вопрос остается только в продвижении «пещерного комплекса» не только в нашей стране, но и за рубежом. Однако, здесь

есть всем известные ограничения: пещера, как памятник природы, нуждается в определенном температурном режиме и ограничении посещаемости, и это совершенно понятно. Остается только найти баланс в системе «цена посещения — стоимость туристского продукта — рост посещаемости». На наш взгляд, установленная на сегодня цена посещения пещеры вполне объективна, но с другой стороны, общая стоимость однодневного туристского посещения Кунгура, включая трансфер и питание, столь велика, что по туристской привлекательности Кунгур начинает уступать более отдаленным регионам Прикамья, даже с менее интересными туристскими ресурсами и находящимися на расстоянии 200—300 километров от Перми к северу.

На базе Кунгурской Ледяной пещеры сотрудники эксплуатирующей организации, местные краеведы и историки одними из первых в России, еще в дореволюционную эпоху, начали использовать местные легенды и сказки для придания экскурсионной деятельности особого колорита. И это чрезвычайно примечательный факт! Известно, что В. Н. Татищев интересовался у вогулов, еще проживавших тогда на территории Кунгурского района, их эпическими версиями о происхождении карста и собственно Кунгурской Ледяной пещеры, и услышал в ответ удивительную легенду о подземном звере-мамонте, пожирающим земную твердь и проламывающим все на своем пути, образуя подземные чертоги [180]. Этот эпос, безусловно, отражаем мировоззрение архаичных народов о геоморфологических, геологических и тектонических процессах на Урале и в Прикамье.

Кунгурский муниципалитет, г. Кунгур и Ледяная пещера, в частности, имеют целую систему легенд, сказок, народных преданий и откровенно туристских баек, которые сами по себе могли бы послужить не только мощным туристским ресурсом, базисом для современного туристского продукта, даже если бы в описываемом нами туристском регионе не было бы других туристских объектов. В своей диалектической совокупности они могут продвинуть Кунгур и Кунгурский муниципалитет на совершенно новый уровень не только российского, но и международного туризма. Но главное, что это целая «гносеологическая» система, способная стать значимым туристским мотивом.

Современный турист чрезвычайно требователен к предлагаемому туристскому продукту. Его уже нельзя увлечь только атрактивными видами, подробной исторической и краеведческой информацией, подготовленными экскурсоводами, «отработанностью» туристского маршрута. Он нуждается в динамике, неповторимом туристском сюжете, анимации и креативном досуге. И вот здесь особая роль принадлежит туристскому легендированию, и наработкам кунгурских специалистов по их туристским продуктам. Повторимся: туристские легенды являются не только базисом любого современного туристского продукта, но и чрезвычайно эффективным мотивом к совершению путешествия, и вот тут Кунгуру и Кунгурскому району еще немало предстоит сделать и доработать.

Туристские легенды вообще и «кунгурские» в частности базируются на весьма разнообразной по релевантности информации:

- 1) реальные исторические события, которые в силу давности не сохранили летописных фактов подтверждения, но имеют под собой или археологические доказательства, или являются частью устойчивых во времени народных преданий;
- 2) легенды, базирующиеся на информации, подтвержденной не только археологическими, но и летописными (документальными) источниками, но к последним, часто, есть многочисленные вопросы по их подлинности;
- 3) легенды, основанные на эпосе и космогонизме прикамских коренных народов;
- 4) легенды, возникшие по мотивам произведений обозримого прошлого, в основном литературно-художественного плана, которые стали классикой и неожиданно обрели территориальную привязку и воспринимаются сегодня чуть ли не как объективный факт;
- 5) современные туристские легенды и байки, которые могут иметь или не иметь под собой реальных фактов, они «созданы» буквально вчера, связаны с конкретной ситуацией или являются плодом свободной фантазии туристов и гостей Кунгура.

В любом случае, значение эпоса для туристского легендирования и формируемого туристского продукта чрезвычайно велико. На основании вышесказанного можно констатировать, что в «кунгурских землях» есть

все типы легенд по генезису и это чрезвычайно привлекательно не только для туристской науки, но и для потребителя туристского продукта.

Теперь, из представленного деления легенд на определенные группы по происхождению, рассмотрим их применительно к городу Кунгуру и Кунгурскому району. Проведем предварительную классификацию туристских легенд:

1. Легенды, связанные с эпосом коренных народов, в первую очередь, вогульскими и так называемыми «чудскими». В частности, легенда о звере-мамонте, которая своими корнями уходит в глубокую древность.

Василий Никитич Татищев – один из основателей Перми и Екатеринбурга, узнал о Ледяной пещере в Кунгуре из летописных источников и преданий коренных народов, но сам, похоже, в ней так и не побывал. Больше всего его заинтересовала легенда о том, что якобы под городом живет громадный, черный и страшный Зверь-мамонт. Во всяком случае, так считали вогулы, которые, очевидно, «помещали» туда своих страшных подземных духов и демонов, отвечающих за потусторонний мир мертвых. Они рассказывали, что у Зверямамонта два рога и он может двигать ими по отдельности, как захочет! Питается Зверь-мамонт самой скальной породой, так что после него остаются внутри Земли ужасные ходы, а на поверхности все вздувается буграми. Там, где пустоты обрушаются, снаружи образуются глубокие рвы и воронки. И не только отдельные дома и люди, но и целые селения могут враз проваливаться в эти ямы! Как только услышишь или почувствуешь, что под землей идет мамонт, так нужно быстрее покидать жилище, ложиться ничком на землю и ждать, покуда земля перестанет сотрясаться и двигаться. Не случайно Кунгур называют еще «городом на решете»!

Интересно, что подобная легенда, но, вероятно, более древняя, существует и в Чердыни (особенно она была популярна в XVIII веке), будто под Семью чердынскими холмами располагается огромное подземное озеро, и в него случайно в стародавние времена провалился Зверьмамонт. Чудовище не умерло, а до сих пор находится там и мучается. Зверь тяжело дышит и стонет от непосильной ноши священных чердынских холмов. Может и не холмы это вовсе, а бока мамонта, занесенные землей с растущими на них травой и деревьями?!

Наиболее ранние сведения об останках мамонтов на территории России можно найти у амстердамского бургомистра Витсена, который в 1692 году опубликовал свои заметки о путешествии по Северо-Восточной Сибири. В них упоминается о том, что в вечно мерзлой почве Сибири часто находят мамонтов. Более подробную справку о сибирских мамонтах написал Избранд Идес, который по приказу Петра I проехал через всю Сибирь, направляясь в Китай в качестве посла. Его путевые записки были изданы в 1704 году в Амстердаме.

Для объяснения этих находок в холодных просторах Сибири существовало множество теорий, подчас весьма фантастических. Так, например, согласно одной теории, найденные скелеты и трупы мамонтов якобы принадлежали слонам Ганнибала, которые разбрелись по Европе и в конце концов достигли Урала, где и погибли от сильных морозов (!).

Паллас утверждал, что мамонты были занесены в Сибирь с юга во время Всемирного потопа (!), а их останки сохранились благодаря мерзлоте почвы.

Останки древних животных, которые коренные северяне называют подземными оленями, находят на Ямале очень часто. Еще в 18 веке с территории ЯНАО вывозили сотни килограммов бивней самых больших млекопитающих. По ненецкой легенде, мамонты — «подземные олени» в далекие времена ушли под землю, где и живут до сих пор вместе с легендарным племенем сихиртя [180].

2. Легенды, связанные с освоением Прикамья русскими и в первую очередь с Ермаком Тимофеевичем и его возможным местонахождением не только в кунгурских землях, но и одной зимовки казаков в Ледяной пещере. Это еще такие «ермаковские места»: камень Ермак, «Ермаково городище» над «телом» пещеры, — современные исторические версии вполне допускают такую возможность.

Прямо над Ледяной пещерой, на высоком холме, располагается древнее городище. Место выбрано очень удачно с точки зрения обороны. Враг мог подойти только со стороны, противоположной входу в пещеру, где сегодня пролегает дорога по равнинному участку, но нападающих ожидали земляной вал и встреча с защитниками городища.

Сегодня сложно определить, бывал ли действительно в городище казацкий атаман Ермак, чего, собственно, нельзя исключать, когда он,

по одной из версий, ошибся и на пути в земли Строгановых поплыл не по Чусовой, а свернул на Сылву, и ему пришлось становиться здесь на зимовье. В действительности это примечательное место над пещерой использовалось людьми с древнейших времен, и последними, кто проживал на этом городище в VIII—Х веках н.э., были остяки и вогулы (современные ханты и манси).

Жизнь в этом городище имела особый мистический смысл. Жители знали о пещерных пустотах, находящихся прямо у них под ногами, а карстовые воронки, переходящие на глубине в органные трубы и пещерные гроты, придавали человеческой жизни особую взаимосвязь с подземным миром. Люди того времени мысленно помещали бездонный загробный мир в подземные «пещерные города». В этом мире умершие остяки живут так же, как и на белом свете, только в подземном загробном мире люди хранят гробовое молчание и используют те вещи, которые положили им с собой в могилу родственники. То, что подземный мир был рядом, у жителей того времени не вызывало сомнений...[180].

- 3. Собственно легенды Кунгурской Ледяной пещеры. Это целый литературно-художественный «массив», который активно популяризуется, развивается и эксплуатируется в экскурсионной деятельности [140]. Здесь возникает желание выделить некоторые подтипы:
- исключительно спелеологические легенды байки спелеологов любителей и профессионалов. Они не имеют исключительной привязки к Кунгурской Ледяной пещере и характеризуются определенной долей универсальности. Например, легенда о Белом спелеологе;

У любителей пещер есть свои устойчивые байки о Белом спелеологе. Якобы однажды два друга посещали пещеру, и один из них сломал ногу, а другой в одиночку не смог помочь ему выбраться, поэтому из пещеры вылез один, клятвенно пообещав раненому товарищу привести помощь, и... сбежал. Оставшийся в пещере спелеолог не дождался помощи и погиб... Теперь он бродит по разным пещерам, прихрамывая так и не зажившей ногой, и уводит в темноту каждого, кто когданибудь предал или бросил своего друга...

К этой байке спелеологи относятся очень серьезно, и вы можете услышать десятки рассказов о чьих-то шагах, посторонних зву-

ках и даже видениях, которые были «записаны» на счет Белого спелеолога. Интересно, что посетители пещер относятся к этим рассказам не столько со страхом и любопытством, сколько с уважением. Спелеолог, оказавшийся в трудной ситуации, знает, что он не один и где-то рядом есть такой же «коллега», который когда-то навсегда остался в пещере. С ним можно даже пообщаться...

Правда, сами спелеологи не любят об этом никому говорить... спросите лучше экскурсоводов Кунгурской Ледяной пещеры, и они расскажут вам десятки баек про Белого спелеолога...[180].

– классические легенды Кунгурской Ледяной пещеры. Например, Озеро «девичьих слез», ступеньки «Дамские слезки», легенда о двуликой и т.д.:

13 июля 1914 года Кунгурскую Ледяную пещеру посетила немецкая принцесса фон Баттенберг с дочкой Луизой. Это была старшая сестра супруги Николая II Александры Федоровны Романовой.

В одном из пещерных проходов есть неудобные ступеньки вниз, разглядеть которые в темноте удается не сразу, а они, как назло, бывают влажными и скользкими. Даже сегодня в этом месте, несмотря на предупреждение экскурсоводов, туристы часто оступаются и падают.

Тогда так и случилось с принцессой Луизой, которая, упав, разбила себе коленку и от обиды даже заплакала. Это был неприятный политический конфуз и почти международный скандал! С этого времени так и стали называть эти ступени «Дамские слезки».

Но вот что интересно: вскорости Луиза вышла замуж за шведского принца и стала королевой, при этом брак был очень счастливым и удачным. Все посчитали, что это не простое совпадение! [180].

– современные «первоапрельские» легенды пещеры (пещерные тараканы, удав, летучая мышь и т.д.);

Широко известна шутка о гигантской летучей мыши, которая живет в карстовых пещерных и их вертикальных тоннелях естественного происхождения — органных трубах...

Кто бы мог подумать, что в Кунгурской Ледяной пещере так много органных труб — 146! Самая высокая находится в гроте Эфирный — 22 метра! Органная труба — это уникальное карстовое образование, которое формируется примерно следующим образом: из-за растворения

горных пород (гипса, ангидрита) над пещерой образуются карстовые воронки, на дне которых скапливается дождевая или талая вода, которая постепенно растворяет многочисленные каналы вглубь пещеры. Эти каменные проходы-трубы постепенно расширяются, соседствуют друг с другом и соединяются, а в некоторых непрерывно сверху капает вода, которая несет в себе большую долю растворенного кальция. Под такой органной трубой уже в самой пещере, до грота которой она «дорастает», постепенно начинает расти конус из растворенных в воде горных пород.

Экскурсоводы в пещере любят шутить, выбрав на туристской тропе такую трубу, из которой постоянно летят мелкие капли воды. Ученый и экскурсовод «старой закалки» Вячеслав Семенович Лукин называл капли, летящие сверху, из карстовой воронки, серебрянными монетками.

Чрезмерно любопытным туристам сообщают, что именно в это карстовое образование когда-то залетела гигантская летучая мышь и застряла, а теперь ее скелет так и находится в верхней части органной трубы! Конечно, туристы не могут удержаться, чтобы не заглянуть в такую трубу, тщетно пытаясь увидеть скелет несчастной летучей мыши! Они светят туда фонариками, сотовыми телефонами, при этом отважно подсовывают лицо под летящие капли! Из переплетений каменных труб, изморози и водяного тумана наивному посетителю совершенно неожиданно в лоб или в нос прилетает холодная капля с такой скоростью и силой и так неожиданно, что некоторые даже не успевают закрыть глаза. При этом можно даже услышать характерный шлепок капли и крики неожиданности! Но смешнее всего то, что, пошутив над незадачливыми туристами, экскурсоводы сообщают, что это была шутка, но в ответ они слышат твердые заверения в том, что люди действительно видели в органной трубе кости летучей мыши или ее скелет как минимум размером с... дельтаплан! [180].

– новейшие легенды Кунгурской Ледяной пещеры (экстрасенс в Ледяной пещере, о супружеской верности, «большая стирка» и т.д.).

Байки про подземное пещерное озеро с монетками и сокровенными желаниями на этом не заканчиваются. Из-за жесткой воды, насыщенной растворенными в ней минералами, на поверхности подземного озера

плавает ясно видимая пленка, состоящая из кальция, которая кристаллизируется прямо на поверхности воды!

Однажды в присутствии иностранцев экскурсовод решил пошутить и одновременно удивить зарубежную делегацию, сообщив им серьезным голосом и с невозмутимым видом, что на поверхности плавает не что иное, как... стиральный порошок «Т...»! Этим сотрудник пещеры, видимо, решил подчеркнуть, что в пещере тоже иногда бывает «Большая стирка». Переводчики перевели: «This is T...». У иностранцев округлились глаза: «Really?» (Правда?!)», — и они... поверили!!! Даже после того как на лице экскурсовода появилась улыбка и стало ясно, что иностранцев разыграли, переубедить их в обратном не удалось! Ну и ладно! Пусть знают, что у нас «кипятят» даже в пещерах из опасения, что вездесущий мужчина из рекламы может добраться и сюда...[180].

4. Легенды и исторические события, связанные с «горнозаводской цивилизацией» и восстанием Пугачева; строительством железной дороги через Кунгур и т.д.

Жители Кунгура, узнав о приближении бунтовщиков, включая самых бедных горожан и крепостных крестьян, единогласно решили дать отпор мятежникам и ни при каких обстоятельствах не пускать их в город. Советская историческая наука упорно замалчивала этот факт, разъясняя неудачу войск Пугачева под Кунгуром противодействием регулярной царской армии. В действительности бунтовщиков Пугачева и Салавата Юлаева не принял народ и вся уральская горнозаводская цивилизация! Граница южных черноземов в окрестностях Кунгура стала пределом распространения крестьянского бунта... У простых людей ничего не было, кроме пусть и принудительной, но все же работы, за которую можно было получить «прокормление» и место для строительства избенки, хоть и кривой, но зато своей. Пугачев нес только разорение и новое насилие, а без заводов на уральской земле не выжить!..

Оборону Кунгура возглавил президент городского магистрата Иван Михайлович Хлебников, предок первого экскурсовода Кунгурской Ледяной пещеры — Александра Тимофеевича Хлебникова, что само по себе уже является интересным совпадением. 23 января 1774 года повстанцы подступили к стенам города, и начался штурм, который длился весь

день до темноты. В этом сражении многие ополченцы, включая самого И. М. Хлебникова, сложили головы за свой порядок и свою Россию. Штурм оказался настолько неудачным, что, по сути, Кунгур и его храбрые жители переломили хребет всему крестьянскому восстанию. Пугачевцы были разгромлены и не сумели взять Кунгур — единственный тогда крупный город в Южном Прикамье. Мятежники растеряли боевой дух и рассеялись по южно-уральским степям, а башкирский предводитель Салават Юлаев был тяжело ранен и скоро схвачен.

Пугачев так и не понял, что для горнозаводского человека, работника кожевенной частной мануфактуры, даже крепостной гнет был меньшим лихом, чем потеря родного предприятия, работы, дома и семыи. Не поняли «кунгуряки» впоследствии и восстания декабристов, расценив его как очередной бунт, угрожающий их будущему.

В начале XX века на стеле было написано: «В память спасения города от пугачевских шаек». В советское время надпись вдруг поменялась: «В честь борьбы кунгурских крестьян против крепостничества». По словам пермского писателя Алексея Иванова, жители Кунгура увидели на стеле «три правды за 100 лет». Третья фраза, которая написана на стеле сегодня, — это своеобразный постсоветский компромисс: «Благодарные потомки — храбрым предкам» [180].

5. Легенды купеческого Кунгура (меценатство, купеческие «пари», благотворительность, «баснословные» состояния и т.д.).

До революции Кунгур называли купеческой республикой. Не столько за разнообразие товаров, активную торговлю, деловую хватку, а, скорее, за широкую купеческую душу, меценатство и благотворительность. Нельзя не назвать фамилии таких знаменитых на всю Россию кунгурских купцов, как А. С. Губкин, А. Г. Кузнецов, М. И. Грибушин. Эти люди, как и многие другие предприниматели того времени, жили по принципу: «С каждого рубля прибыли — копейку на благотворительные дела!».

М. И. Грибушин, например, подарил Кунгуру Малый Гостиный двор, при этом половина доходов с лавок шла в городскую казну, а вторая половина — на содержание бедных студентов. Он построил в городе дом для мальчиков-сирот, истратив огромные по тем временам деньги — 100 тысяч рублей! Купцы даже соревновались друг с другом, чья благотворительность будет щедрее и полезнее для города и его жителей.

Купец и меценат А. С. Губкин построил приют для девочек-сирот. Затем за свой счет он создал Кунгурское техническое училище, включая обустройство внутренней обстановки и финансовое обеспечение на несколько лет вперед. В итоге он потратил около 1 миллиона рублей! И это в ценах того времени!

Внук А. С. Губкина — А. Г. Кузнецов учредил Чайное товарищество, которое имело годовой оборот в 65 миллионов рублей! Это треть всей продажи чая в России, и большая доля от этих денег шла на благотворительность!

Дочь фабриканта Фоминского — Таисия Агеева продала кожевенный завод и на вырученные деньги построила театр для... рабочих (!), где также находились воскресная школа и библиотека [180].

6. Легенды уральского Афона: Белогорье и судьбы Романовых.

С 19 по 20 июня 1914 года Белогорскую обитель посетила Великая княгиня Елизавета Федоровна. Проведя 2 дня в обители, она с интересом ознакомилась с монашеским бытом и историей Белогорского монастыря. Княгиня подарила отцу Серафиму икону... преподобного Серафима Саровского (!), слова которого, как известно, стали пророческими: «Будет некогда царь, который меня прославит, после чего будет великая смута на Руси, много крови потечет за то, что восстанут...». Неизвестно, думали ли тогда сами об этом предсказании Елизавета Федоровна и отец Серафим, которого звали так же, как Саровского, но нам на протяжении страниц этой книги все время кажется, что иначе и быть не могло, ведь после Белогорья Великая княгиня собиралась посетить Екатеринбург и... Алапаевск! Она, к сожалению, туда попадет... всего через 4 года в качестве пленницы большевиков, которые бросят ее живьем в одну из Алапаевских шахт... Может быть, она тоже что-то предчувствовала, подарив перед отъездом игумену Варлааму свой портрет, а также церковное облачение, которое станет для игумена очень скоро, по сути, погребальным саваном... [180].

7. Современные легенды г. Кунгура и Кунгурского района (тайна кунгурского чернозема и т.д.).

Всем известно, что на Земле встречаются самые разнообразные виды почв: желтые, красные, песчаные, тундровые и даже солончаки. Но все-таки самой плодородной почвой — настоящим подарком приро-

ды — везде и всегда был чернозем! К сожалению, формирование этой уникальной почвы зависит от многих природных факторов, и поэтому она встречается лишь в немногих районах планеты. Например, на Центральных равнинах США, на Украине, Северном Кавказе (Краснодарский и Ставропольский край), в Казахстане, в Курганской, Орловской, Оренбургской областях и т.д.

Климат Пермского края умеренно-континентальный, и поэтому в подавляющем большинстве у нас представлены подзолистые и дерновоподзолистые почвы, страдающие избыточным увлажнением, повышенной кислотностью и, как следствие, низкой урожайностью. Ни при каких усилиях в Пермском крае и в других аналогичных по климатическим условиям регионах черноземов быть не может, и никакими удобрениями и мелиорацией из подзолов чернозем не сделать. По современным представлениям, почва — это особое природное тело, которое формируется веками и тысячелетиями. Но черноземы в Пермском крае ... все-таки есть!

В районе Кунгура и южнее можно познакомиться с уникальным ландшафтом — кунгурской лесостепью. На холмах, окружающих город, и дальше к югу то тут, то там можно увидеть ковыльно-злаковое разнотравье, словно вы вдруг оказались в степях Башкирии, Заволжья или даже Монголии! Но ведь этого не может быть при таком климате, температурном режиме и избыточном увлажнении! Здесь должны быть бедные подзолистые почвы, и только! И хотя полоса кунгурских черноземов невелика, примерно 200 на 65 километров, они есть как природный феномен. В чем же секрет?

На небольшой глубине сразу под почвами располагаются древние пермские известняки, гипсы и доломиты, которые благодаря своей трещиновато-пористой структуре быстро отводят дождевую воду из почвы, так что влага не застаивается и коэффициент увлажнения становится близок к известным мировым регионам распространения чернозема! Эта тайна кунгурских черноземов стала понятной только во второй половине XX века [180].

Предлагаемая классификация не может считаться законченной. Необходимо расширить временные рамки эксплуатации комплексного «кунгурского» туристского продукта и сделать его более равномерным в течении года, с тем чтобы всегда быть привлекательным для туристов.

Пока что стабильность анимационных программ в туристской деятельности может похвастаться только Кунгурская Ледяная пещера. Однако и там есть пространство для «маневра». С учетом стоимости входного билета, анимационное сопровождение должно быть постоянным, а не за «дополнительную плату». Построенная между пещерой и Сталагмитом этнодеревня прекрасно подходит для ежедневной отработки тематики Ермака (Пугачевского бунта и т.д.), а не по «большим» праздникам. Музей купечества, по примеру своих коллег в Очере, мог бы проводить регулярные театрализованные экскурсии. Наконец, ничего гносеологически и объективно исторически не мешает «ввести» вогульскую и чудскую тематику во все туристские события города и района. Своеобразным апогеем комплексного использования туристского легендирования в эксплуатации туристского продукта может стать Ярмарка воздухоплавания, с учетом комплексности и сочетания туристских легенд этих «земель», - это мероприятие будет туристском лицом всего Прикамья, легко обойдя по культурологическому замыслу фестиваль «Белые ночи» в Перми. Обзор уже прошедших ярмарок воздухоплавания показывает, что у организаторов фестиваля все отлажено с технической точки зрения, но туристский продукт должен быть эффективным, разнообразным, непрерывным, привлекательным и «на земле». Этого знаменитой ярмарке пока не хватает, зато организаторы на основании наших предложений могли бы перестать испытывать трудности в попытке ежегодно создавать «новый» творческий замысел, - он давным-давно есть: это кунгурская земля с ее необычайным природным, историческим, культурным наследием и этническим богатством живущих сегодня народов.

#### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Какая предварительная классификация туристских легенд, связанных с Кунгурской Ледяной пещерой вам известна?
- 2. Разработайте собственную классификацию (типологию) легенд Кунгурской Ледяной пещеры, взяв за основу иные признаки и факторы.
- 3. Каким образом можно еще увеличить эффективность работы Кунгурской Ледяной пещеры, как одного из ведущих туристских центров Прикамья?

### 4.5. Построение образно-географических карт Прикамья и г. Перми

Базовые понятия: образно-географическая карта, имажинальная география, географический образ, метасистема географических образов, образно-географические карты г. Перми, Чердыни, Пермского края, образно-географическая карта туристского маршрута.

Построение образно-географических карт традиционно относят к имажинальной географии, считающейся междисциплинарным направлением в рамках гуманитарной географии [60]. «Имажинальная география изучает особенности и закономерности формирования географических образов, их структуры, специфику их моделирования, способы и типы их репрезентации и интерпретации» [60, с. 127]. В общей тематике имажинальной географии принято использовать термин «география воображения» – это удобный термин для различных дисциплин и направлений: туристской науки, филологии, психологи и даже политологии. Этому посвящены работы Ю. А Введенина, Дж. Голд, В. Л. Каганского, О. А. Лавреновой, Б. Б. Родомана, В. Н. Стрелецкого, Р. Ф. Туровского и др.

В имажинальной географии базовым методом считается образногеографическое картографирование, и здесь можно наблюдать большое разнообразие терминов, используемых сегодня специалистами: культурный ландшафт (этнокультурный ландшафт), ментально-географическое пространство, метапространство, пространственный миф; более известное в обращении «гений места» и даже гетеротопия. В рамках данного учебного пособия наиболее перспективным показался термин географический образ — «система взаимосвязанных и взаимодействующих знаков, символов, архетипов и стереотипов, ярко и в то же время достаточно просто характеризующих какую-либо территорию (место, ландшафт, регион, страну)» [60, с.128]. Д. Н. Замятин считает географический образ центральным понятием имажинальной географии.

Географические образы, взаимосвязанные между собой, могут формировать целые когнитивные системы (метасистемы), из которых генетически формируется культурный ландшафт, а в содержательном плане – локальные, пространственные мифы. Можно сказать, что туристы XXI века едут не на строгую и фактологически доказанную историко-культурную

информацию о туристских объектах, а, скорее, на привлекательные географические образы [142, 143], отражающие феномены интересующей их культуры. Именно здесь, по нашему мнению, находится источник формирования базовых туристских мотивов. Именно на систему географических образов, связей между ними, выраженных, например, в мифах и легендах, можно привлечь сегодня значительное число туристов. Утверждаем, что речь идет не только об особых, в чем-то виртуальных, туристских ресурсах, но и о конкурентном преимуществе территории.

Прикамье обладает давно сформировавшейся метасистемой географических образов, даже если в чем-то это идет вразрез с фактами официальной исторической науки. При этом важно отметить, что речь идет не о создании ложных мифов, не о химеризации пространства, а лишь об «украшении», «расцвечивании» существующих туристских ресурсов Прикамья до такого уровня, когда туристский мотив перерастает в осуществленную туристскую поездку как социально-экономическую категорию. В региональном плане в Прикамье достаточно много специалистов среди историков, краеведов, географов и филологов, прямо или косвенно работающих на ниве имажинальной и гуманитарной географии: В. В. Абашеев, В. Ф. Гладышев, А. И. Зырянов, В. В. Рапп, А. В. Фирсова, Г. Н. Чагин и др.

Следует отметить, что ни в одной образно-географической карте, посвященной Прикамью, г. Перми или отдельным муниципальным образованиям, не фигурирует объект, представляющий собой когнитивное ядро графического изображения. Для этого необходимо сделать небольшое пояснение: например, сам город Пермь в смысловом ряде ассоциируется у человека с определенным рядом образов, возможно, во многом индивидуальных, само словосочетание «город Пермь» не имеет «своего» единственного и конкретного образа, но с точки зрения туризма можно говорить о выделении типичных рядов смысловых образов, имеющих, при этом, географическую привязку. Представленные в этом пособии «пермские» образно-географические карты следует считать концептуальными, доступными к корректировке и дополнению.

Образно-географическая карта г. Перми может быть необычайно подробной и сложной, в особенности, если ее разработчиком является узкопрофильный специалист: краевед, историк, архитектор или филолог. За основу был взят туристско-экскурсионный базис, чтобы образно-географическая карта получилась, с одной стороны, в определенном смысле «откры-

той», в чем-то незаконченной и, в то же время, доступной и понятной обывателю, в нашем случае, туристу, гостю Прикамья, ведь со временем на основе таких карт можно создать образно-географический путеводитель.

Принято различать образы первого и второго порядка. К первому порядку принято причислять базовые образы, которые возникают у большинства людей при обозначении какого-либо географического пункта или объекта. К образам второго порядка обычно относят образы и метасистемы, продуцируемые образами первого порядка, но имеющие с ними когнитивную взаимосвязь.

К образам первого порядка были причислены: место строительства Ягошихинского медеплавильного завода (сегодня Егошиха), устье одноименной реки, территория «первогорода», имя «Пермь», «Разгуляй», «Пермь подземная», «Пермский некрополь». Здесь возникают размышления, связанные с тем, когда в истории города образы первого порядка стали расширяться, множиться и прирастать образами второго порядка. Наверное, логично за дату можно взять указ Екатерины Второй об учреждении губернского города (1780 г.). Здесь исследуются системы образов, возникавших и возникающих в сознании пермяков с учетом пространственного восприятия, и поэтому можно утверждать, что даже официальный церемониал открытия губернского города Пермь в свое время не мог в одночасье изменить когнитивный образно-географический ряд жителей того времени. Но стоит ли считать нижеследующие образы уже образами второго порядка? А именно, к ним причислили: «Пермь масонская», два городских кладбища, реку Стикс, заводскую Мотовилиху (хоть и не относившуюся долгое время к городу), а также все то, что составляло цельную познавательную картину тогдашней действительности, которую обозначили в карте одноименным пермским сериалом «Легенды губернского города» (рис. 40).

Сюда же объективно будет добавить пермский геологический период, диалектически названный благодаря имени «Пермь» (а также и от древней Биармии), и, в то же время, встречно укрепивший его. «Пермь I» и «Пермь II», возникшие не только как станции, со строительством железной дороги, но как познавательные сферы, в этот образ, представленный графически, добавили и «Пермь III» – так пермяки негласно, но устойчиво и единодушно именуют Северное кладбище («за Камой»), спра-

ведливо полагая, что оно мемориально кристаллизует целую эпоху в жизни города.

Вернемся к образу «Пермь масонская»: если считать эту сферу в жизни губернской Перми во многом надуманной, преувеличенной, недостаточно подкрепленной архивными источниками, то в сознании пермяков, да и гостей Прикамья, этот образ является аксиоматическим, т.е. не требующим доказательств, также как и здание ГУВД на Комсомольской площади, именуемое среди пермяков не иначе, как «Башня смерти», хотя общеизвестно, что построено здание было не в 30-е гг. XX века, как хотели бы многие, а даже после смерти И. Сталина, и изначально планировалось для университета. Но пермские образы, формирующие общественно пермское сознание, крайне нуждаются во всем языческом и подземном, своеобразном виртуальном капище с большим количеством «жертв» и «ужасов» и, одновременно, с нигилизмом, выражающимся в банальном незнании истории собственного города, поэтому когнитивные связи на карте (рис. 40) легко простираются к образу «Пермь подземная», «Закрытый город» и, конечно же, нашему сленговому пермскому «чё». Более того, пермяки и гости города зачастую воспринимают только ту информацию, которая удовлетворяет их ожиданиям. Вот, наверное, почему сознание пермских обывателей оказывается легко восприимчивым к современному и весьма неоднозначному пермскому стрит-арту («Табуретка», «Деревянные человечки», «Отгрызенное яблоко» и т.д.). Сюда же отнесли фестиваль «Белые ночи», Музей современного искусства. да и многие события последних лет, которые, к сожалению, вытеснили в восприятии туристов классические образы первого порядка, составляющие, сам «геном» города.

Первоначально образ «Пермь масонская» был «лишним» на схеме и казался чужеродным, «подвешенным», с трудом увязывался с другими когнитивными сферами. Когнитивную связь к «Обществу свободных каменщиков» провели от Губернского города. Возможно, установлена какая-то связь, остающаяся за пределами обычного осознания действительности горожанами, которые получают в метасистеме образов Перми новые культурные события и артефакты «вдруг», неожиданно возникшие, так, если бы их готовили действительно представители тайных сообществ, вкладывая в них неявный и скрытый смысл.

Самостоятельным образом на схеме является «Юрятин» Бориса Пастернака: даже если не принимать во внимание сохранившиеся памятники архитектуры, описанные в романе «Доктор Живаго» и без труда узнаваемые, возникает ощущение, что «Юрятин» как образно-смысловая и, одновременно, географическая конструкция, без труда находится не только в сознании пермяков, но и гостей, желающих с ней познакомиться. По-сути, в сознании гостей и туристов мы имеем дело с двумя городами (!): с одной стороны, генетически неотделимыми друг от друга и, в тоже время, вполне самостоятельными.

Обособленный, и во многом, непознанный образ, отмеченный нами на карте (рис. 40), составляет образ революционной и «колчаковской» Перми. Никакие усилия историков советского времени не смогли изменить в сознании пермяков чрезвычайно «тяжелые образы» чего-то негативного, непознанного и однозначно «контрреволюционного», что сегодня, выражается хотя бы в значительной консервативности и аполитичности пермских горожан и жителей Прикамья вообще.

Перспективно было бы сравнить представленную образно-географическую карту г. Перми с аналогичной образно-географической картой Чердыни (рис. 41). Возможно, масштаб сравнения несколько некорректен, однако Чердынь является своеобразной прародительницей «всех городов пермских», и в ней генетически располагается начало русского Прикамья. При этом отметим, что построение названой карты также сделано в туристско-экскурсионном аспекте. В отличие от Перми, в Чердыни, за редким исключением, практически не удалось разделить образы на категории первого и второго порядка. Как это можно объяснить? Возможно, возраст Чердыни выпестовал все самое ненужное, пустое, незапоминающееся; подобно колоннам античного храма, сохранившим в себе главное, важное, все чердынские образы — первого порядка. В Перми, несмотря на ее провинциальный образ, все-таки происходит медленная культурная эволюция, в данном случае, чуждая Чердыни.

В основе образов оказались чердынские холмы, храмы и события, многие из которых уже стали самой сутью города, скорее мифическими и легендарными, нежели историческими. Не стоит об этом говорить не только чердынцам, но и мэтрам прикамской исторической науки. В качестве примера можно привести известное: многочисленные легенды о богатырях Полюде и Ветлане или о непростых и во многом неизвестных взаимоотношениях Чердыни и Москвы в период XIV-XVI веков.

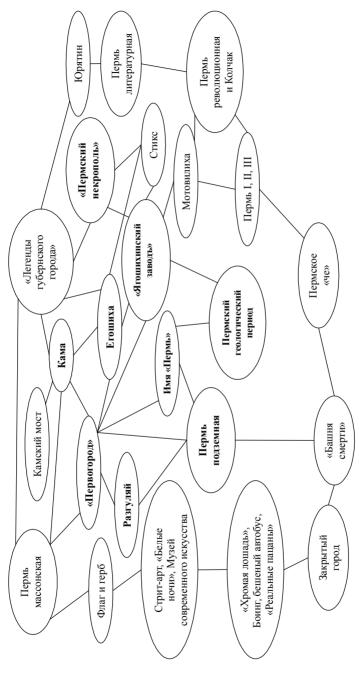


Рис. 40. Образно-географическая карта г. Перми\*
\*выделенным шрифтом показаны образы I порядка

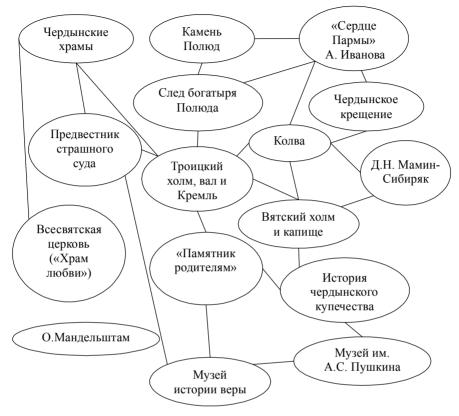


Рис. 41. Образно-географическая карта г. Чердынь

Неполным был бы образ Чердыни без Колвы, Печерского тракта, эпохи пушного промысла и, конечно же, блестящей плеяды местного купечества. Но быть бы Чердыни сегодня святой и неизменной только в когнитивных образах ее жителей, если бы не творчество пермского писателя А. Иванова. Своей книгой «Сердце Пармы», по сути, являющейся художественной версией исторических событий, он «перетряхнул» и во многом оживил не только для пермского сознания, но и страны в целом, забытые образы ушедших веков, людей и событий так, что они оказались чрезвычайно востребованы всей пермской и российской читательской и туристской средой. Немедленно после публикации книги когнитивные нити от Чердыни протянулись во всех направлениях, вновь за-

ставив гордиться пермяков своей историей и осмыслением того, что «Чердынь... рекомая Пермь Великая», является материнской сердцевиной для всех существующих, а возможно, и будущих когнитивных образов Прикамья в целом. Наконец, обязательным образом в туристско-экскурсионном аспекте является пребывание в Чердыни О. Э. Мандельштама, но когнитивные связи провести не удалось, об этом говорят нам реальные события пребывания поэта на севере Прикамья.

После опыта разработки образно-географической карты Перми и Чердыни было бы перспективным перейти к разработке образногеографической карты Прикамья в целом. Все, что связано с краевым центром, на ней, безусловно, генерализируется (рис. 42) и остается только Кама, «Имя Пермь», хотя можно было бы добавить «Губернский город», но на данной карте этого не сделано, поскольку в этом образе отсутствуют какие-либо особенные черты, характеризующие исключительно Пермь. Схема гармонично включает в себя финское «Pera Maa», венгерскую «Magna Hungaria», «Чудь», «Пермский звериный стиль». В верхней части схемы разместились когнитивные образы, связанные с коми-пермяцким и вогульским эпосом. Отдельно выделили «Чудь», хотя правильнее было бы считать данный образ частью коми-пермяцкого эпоса, но именно чудская тематика сравнительно давно захватила умы не только обывателей, но и специалистов, которые практически все предметы и артефакты дорусского периода в Прикамье обычно называют «чудскими древностями», что весьма субъективно. В правой части схемы гармонично сложились образы, связанные со Строгановыми, а ниже разместились Кунгур, Молебка и Оса с Пугачевым.

Самым сложным в подобной образно-географической карте было провести когнитивные связи. Это удалось не полностью, ведь необходимо учесть все устойчивые представления в сознании пермяков и гостей Прикамья. И неважно, идет ли речь об абсолютных выдумках или исторических фактах. Эту проблему в двухмерной модели решить в полной мере, вероятно, не удастся никому, можно лишь только приблизиться к «наиболее верному» расположению когнитивных образов и связей между ними, которое бы устроило большинство специалистов.

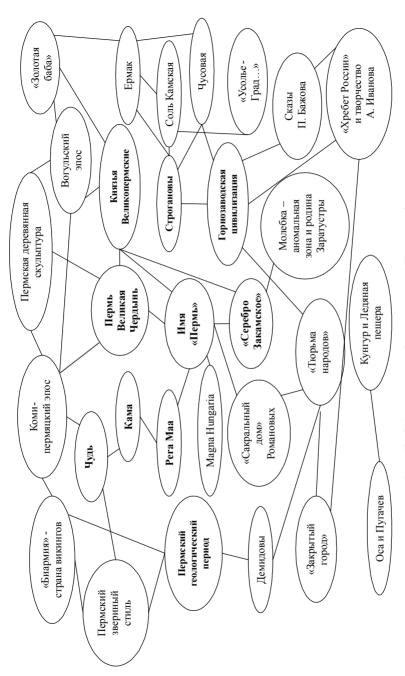


Рис. 42. Образно-географическая карта Прикамья \* \*
\* выделенным шрифтом показаны образы I порядка

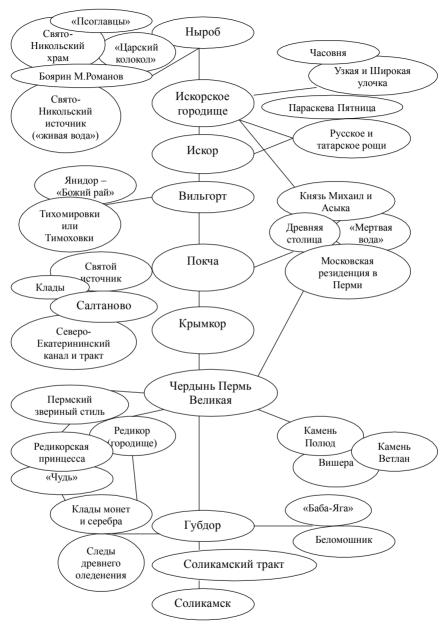


Рис. 43. Образно-географическая карта маршрута «От Соликамска до Ныроба»

Если взять трехмерную модель, как если бы представленные когнитивные образы были нанесены на прозрачную сферу, тогда можно было бы проводить связи внутри нее, в этом случае такая объемная образногеографическая карта могла бы получиться более перспективной. Образы превратились бы в своеобразные «континенты» и «острова», а линии связей разделились бы на когнитивные «маршруты» (скрытые и явные), проложенные по поверхности, и «тектонические» («внутрисферные») взаимосвязи такой «пермской планеты». Эту концептуальную идею можно будет рассмотреть в перспективе.

Построение образно-географических карт можно применять не только к территориям различного масштаба, но и к туристско-экскурсионным маршрутам. Представим образно-географическую карту туристско-экскурсионного маршрута «От Соликамска до Ныроба» (рис. 43). В данном случае приходится отступать от правила обозначения самих географических объектов (если их нельзя отобразить системой когнитивных образов), поскольку туристы, так или иначе, будут непосредственно прибывать в определенные маршрутные точки между Соликамском и Ныробом. Примечательно другое: вместе с рассказом экскурсовода и осмотром достопримечательностей, туристских ресурсов непосредственно к человеку, постепенно познающему пространство, слева и справа по маршруту движения, будут «прирастать» и «рождаться» многочисленные образы с возникновением когнитивных связей между ними (рис. 43).

Полагаем, что представленный в пособии опыт построения образногеографических карт, привязанных к пермской географической реальности, можно дополнять и видоизменять, что должно весьма позитивно сказаться на развитии подобного рода образно-географических конструкций и метасистем. При их разработке использовали, главным образом, туристско-экскурсионный аспект, т.е. только те образы и связи между ними, которые традиционно доводятся до туристов и гостей Прикамья. Образно-географические карты могут быть составлены по каждому муниципалитету и всем историко-культурным центрам Прикамья так, что каждая территория сможет оценить свой образно-географический, а значит и туристский потенциал и возможности.

### Контрольные вопросы и задания:

- 1. Возьмите любой действующий туристский маршрут по Пермскому краю или г. Перми и составьте графически его образно-географическую схему (карту).
- 2. На примере любого муниципалитета или туристского центра Пермского края разработайте его образно-географическую карту.
- 3. Проанализируйте предложение схемы образно-географических карт г. Перми, Чердыни, Пермского края, на примере одной из них проведите ее доработку, следуя двум направлениям:
- а) выявите недостатки в представленных объектах-образах и логичности проведения когнитивных связей;
- б) дополните выбранную карту новыми объектами и когнитивными связями.

# 4.6. Построение карты образно-географического «рельефа» Пермского края

Базовые понятия: туристские мотивы, образно-географическая карта, метасистемы образов, понятие о «тоннельных образах», «когнитивных коридорах», карта образно-географического рельефа Прикамья.

Предполагается, что одним из ведущих туристских мотивов, в итоге способствующих принятию туристского решения, является некий образ или система образов, помноженных на комплекс смысловых конструкций, которые потенциальный турист, с учетом от уровня образования, возраста, социального положения, получил в процессе учебы, контактов с информационной средой, из книг, телевидения, радио, Интернета и т.д. В итоге у него формируется некоторое представление о территории (месте, центре) предстоящего посещения, при этом с реалиями географического пространства, историко-культурными и природными ресурсами туризма оно может не иметь ничего общего! Например, с Чердынью туристы часто приезжают знакомиться только после прочтения книги А. Иванова «Сердце Пармы». И действительно, многие обыватели, находясь возле общеизвестных туристских достопримечательностей, невольно представляли себе события того времени и связанные с ними исторические личности. Опросы самых разных возрастных групп туристов,

как жителей, так и гостей Прикамья, подтвердили эту гипотезу. На вопрос, «Какие образы вам представляются при слове «Египет»?», – приходилось слышать с завидным постоянством: «Фараоны, Нил, пирамиды, мумии». При слове «Париж» – «Эйфелева башня, Елисейские поля, Лувр, Наполеон». На вопрос, что, по вашему, Пермь и Пермский край, приходилось слышать: «Реальные пацаны», «Боинг», «Хромая лошадь», «Бешеный автобус», шахтный провал, музей «Пермь-36», фестиваль «Белые ночи». - Вероятно, это не совсем верный, не достаточно позитивный и требующий корректировки смысловой ряд географических и познавательных образов. Примечательно, что принципиальной разницы в образном восприятии г. Перми и Пермского края между жителями и гостями не выявлено. На вопрос о географии места посадки корабля «Восход-2» с космонавтами Леоновым и Беляевым, заданный пермякам младше 30 лет, была получена широкая география ответов, в том числе район улицы Шоссе Космонавтов. Причина не только в проблемах образования, но и способе человеческого мышления. Для ответа в первую очередь обычно привлекается информация, близкая по смысловому содержанию.

Таким образом, между восприятием реального географического пространства и представлением о нем, есть некоторая разница с когнитивным интервалом в зависимости от конкретного индивидуума. Основой для выводов стало анкетирование туристов, проведенное на протяжении нескольких лет. В самом начале туристско-экскурсионной поездки им предлагалось отметить туристские ресурсы, исторические факты, события, известные личности, которых они бы связали с предстоящим посещением какого-либо туристского центра, объекта или муниципалитета Пермского края.

В настоящее время в Прикамье можно констатировать целую систему пространственных образов, в самых различных аспектах восприятия: психологических, социальных, культурных, этнических и, безусловно, географических. И главное, речь не идет только об осмыслении окружающего пространства специалистами, – все это метасистема, воспринимаемая обычными людьми – жителями Прикамья и его гостями. «Культура, для того, чтобы осмыслить собственное пространство, а также пространства других культур, должна выработать механизмы образной интериоризации пространства. В ходе такого когнитивного процесса происходит своего

рода «внеположение» пространства как бы за пределы самой культуры, глазами наблюдателя или исследователя, работающего и живущего в данной культуре» [64, с. 8–9]. Так, например, в Прикамье места, где «живет» чудь и ее образы передаются не столько из поколения в поколение, а имеют своеобразный «генетический», вневременной, внеэтнический, «всюдный» субстрат, заполняющий некие «пустоты» в «пермском» сознании человека, а следом и в его восприятии пространства.

Современная «пермская» культура, в широком смысле наполняется, напитывается и обогащается целой системой исторических, культурологических, географических, литературных, музыкальных и даже геологических (!) образов, и во всем заметна очевидная потребность пермского обывателя и туриста «иметь» в своем распоряжении эту сложную, многослойную, с нечеткими границами когнитивную сферу, даже если она во многом остается «непознаваемой». «Любая культура самоопределяется, идентифицирует себя посредством рядов или серий различных образов» [64, с. 16]. Очевидно, что сегодня в период потери традиционных культурных смыслов, меняющейся социально-экономической ситуации, человек вынужденно ищет опору в древних образах, в самих «истоках» возникновения Прикамья и в этом видит возможность психологического и познавательного гомеостаза.

Д. Н. Замятин отмечает, что произведения литературы и искусства являются одним из наиболее благоприятных «полигонов» для изучения феноменологии географических образов [64, с. 17]. Именно на «образы» и едут сегодня туристы. «Фиксируемые на феноменологическом уровне представления о фундаментальных географических образах являются критерием уникальности культуры» [64, с. 18]. И в нашем случае, всего уникального, образного «пермского».

Вся система разнообразных пермских образов, мифов, легенд «во многом базируется именно на географическом воображении, причем процесс разработки, оформления локального мифа представляет собой, по всей видимости, «полусознательную» или «полубессознательную» когнитивную «вытяжку» из определенных географических образов, являющихся неким «пластом бессознательного» для данной территории или места» [60, с. 133].

В сознании и пространственном восприятии человека, формируется «внутренняя география пространства, в которой сами образы, символы,

мифы пространства конструируются, размещаются, соотносятся в метапространстве, создавая все новые и новые метапространственные конфигурации» [60, с. 136].

В полиэтничной и многовековой истории, эволюции культур в Прикамье, сегодня мы имеем чрезвычайно сложную, разветвленную и, главное, продолжающую развиваться, образно-географическую систему. Более того, эта пермская система «образов» и «смыслов» более чем готова, для восприятия туристами и гостями края. «По мере развития культуры, в процессе человеческой деятельности географическое пространство все в большей степени осознается как система (системы) образов» [64, с. 384]. Можно сказать, что эта система сама по себе имеет статус отдельного, особого и универсального турресурса, готового к «употреблению».

«Первоначально, – пишет Д. Н. Замятин, – формируются простые, примитивные географические образы, «привязанные» к прикладным аспектам деятельности человека...» [64]. Здесь наиболее уместным пример «слияния» хтонического эпоса коренных народов Прикамья с восприятием уральских горнорабочих и рождением уникального литературного опуса – «Сказы» П. Бажова.

С точки зрения географических образов можно говорить о существовании в разрезе нескольких культур и достаточно длительном периоде времени своеобразной «пермской цивилизации», которая создала и транслирует в информационное поле своеобразные образно-географические пространства, которые можно попытаться отобразить на карте и создать карту образно-географического рельефа Прикамья. Тогда, увидев все образы в виде картографической модели, можно говорить о разработке перспективных географических образов: не только отдельных объектов, но и целых, весьма обширных территорий Прикамья, «относительная высота» которых будет определяться количеством общеизвестных мифов и легенд, в итоге ассоциируемых с конкретным муниципалитетом.

В Прикамье есть одна особенность, которую нужно обязательно пояснить. Большинство туристов сначала прибывает в краевой центр и лишь затем, весьма ограниченным числом способов, отправляется в путешествие по Пермскому краю. Здесь усматривается взаимосвязь между географическими образами, возникающими у человека, от созерцания пространства и движением (перемещением) в процессе путешествия. Именно с перемещением в пространстве возникает смена зрительных образов и окружающих ландшафтов, которые затем формируют географические образы пространства в сознании человека. Безусловно, они могут носить весьма вариативный и субъективно-индивидуальный характер, не всегда отражающий реальную географическую действительность, но именно этот «вернисаж» образов должен вызывать пристальный интерес и внимание. Краевой центр находится почти в центре региона, вместе с этим наблюдается максимальная концентрация туристских ресурсов, инфраструктуры и «образно-смысловых» конструкций. Чем дальше от краевого центра практически в любую сторону, в направлении к его границам, тем снижаются все вышеназванные показатели. На определенном удалении от краевого центра путешественника, лишенного сотовой связи, Интернета, недостаточной инфраструктуры сервиса и гостеприимства поджидают мифы, легенды и эпос коренных народов так, если бы он оказался в стране пермских сказок.

Образно-географическое пространство в восприятии у населения Прикамья оказывается весьма не однородным и даже прерывистым, достигая местами уровня своеобразной «нигилистической пустоты» и дело здесь вовсе не в уровне образования и знакомства с конкретной территорией (муниципалитетом) Прикамья. Всех «носителей» географических образов относительно Прикамья можно попытаться разделить на два крайне противоположных типа. С одной стороны, будут находиться обыватели, скажем никогда не выезжавшие за пределы города Перми и знающие другие населенные пункты и территории Прикамья через СМИ, отзывы знакомых и рассказы посторонних. Естественно, в эти субъективные «пространственные модели» будут сразу вплетаться легенды, сказки, слухи и откровенные байки. И, в случае возможного путешествия в эти территории у такого индивидуума, может начать формироваться весьма сложный процесс восприятия реального пространства, вплоть до «конфликтности» образов в определенных участках территории. Возможно, даже сознание «в некоторых разделах» останется в «более удобных» формах, нежели окажется в действительности. С противоположной стороны, – специалисты (историки, археологи, географы, краеведы) экспедиционным методом «познавших» даже самые удаленные уголки «пермского пространства», четко соотнеся историко-географические исследования и артефакты с реальной действительностью. Но и в этом случае ожидается парадоксальный вывод. Специалистам отнюдь не чужды мифы и легенды, наполняющие их мыслительные географические образы пространства там, где отсутствуют или весьма скудны научные факты. Не находя необходимых для доказательства летописных источников и археологических артефактов, они видят в подобного рода образах и «обывательских» представлениях основу для построения серьезных научных гипотез и возможные научные поиски тех или иных исторических событий.

Весьма показательной здесь является ситуация с легендарной скандинавской Биармией и попытках найти ее в северных территориях Пермского края. Среди общепризнанных специалистов (историков, археологов) тема Биармии, попытка ее обсуждать и публиковать является своеобразным индикатором оценки «качества» оппонента. Был проведен опрос нескольких отечественных и региональных мэтров по вопросу Биармии. Звучал он следующим образом: «Какие именно доказательства, артефакты и свидетельства смогут стать для вас достаточным доказательством существования Биармии на конкретной территории?». Если упростить вопрос, то он может звучать так: «Как именно вы представляет Биармию, если бы она была в прошлом объективной реальностью?». Все без исключения специалисты, прекрасно знакомые с диалектикой научного познания, предложили образы весьма отделенные от возможной действительности, и они граничили скорее с мифами и легендами, являющимися достоянием обывателей!

Следует понимать, что образность восприятия пространства и «наполнения» сознания как пермяков, так и гостей Прикамья разного рода мифами и легендами не связано только с передачей из поколения в поколение баек и народного фольклора. Среди историков и материалистов в «официальной» литературе появляется информация мистического толка, при этом переданная от первых лиц, которые установили это на себе эмпирически. Так, например, одним из ведущих краеведов по истории Северного Прикамья является Г. А. Бординских, автор многих научных, учебных и научно-популярных изданий. Его авторитет учебного материалиста ни у кого не вызывает сомнения, но в его книге «Пермь Великая — Тегта Incognita» в главе «Клад Анфала Никитина», речь идет о месте, недалеко от г. Чердынь, которое Г. А. Бординских считает легендарным городом Анфалом: «Само место пользуется дурной славой у местных жителей, и они предпочитают обходить его стороной. Как они утверждают, здесь блазнит, чудится. В том, что это так и что здесь есть какие-то ано-

малии, мы убедились на собственном опыте, когда остались ночевать на мысу» [21, с. 94]. Интересно, что старо-русское слово «блазнить» остается в ходу на территории всего Прикамья, но в основном употребляется в сельской местности и имеет даже устойчивую географию от севера и северо-запад, а на юго-восток, в сторону Кунгурского района и Предуралья вообще. И связывают это слово обычно не с близким «блажить» (т.е. поступать своенравно, дурить), а со словом «чудить».

Современные жители Прикамья, зачастую с высшим образованием, с верой в бога, или без оной, знают об «обрядах» задабривания «дедушки Лешего» или о необходимости договариваться с «чудью», которая до сих пор живет в пермских лесах. Попытка высмеять эту тему в глазах местного населения вызывает недоумение и разочарование в поведении туриста или гостя. Даже сегодня, уже в XXI веке, жители Прикамья периодически соприкасаются в своих пространственных перемещениях, даже не с реально существующим явлением, имеющим под собой материальную основу, а скорее с необходимостью «заполнения» некоторой области своего пространственного восприятия сознания загадочными силами (и даже целым народом) не только тайно живущим по соседству, но и определяющим бытие, или его какую-то часть.

Понятие о «тоннельных» образах. Турист в процессе путешествия познает окружающее его пространство не целиком, не «враз» в пределах достаточно обширной территории, например, муниципалитета, а вдоль своеобразных транспортных «коридоров»: железной дороги, авто дороги, реки и лишь низко летящий самолет (вертолет, воздушный шар) может несколько расширить когнитивный «обзор», но под определенным углом. В последнем случае увеличивается обзорность, но пропадает «осязаемость» ландшафтов.

В практике путешествия Прикамье познается лишь там и в таких «объемах», которые позволяют туристу транспортные условия. Вся же остальная территория, находящаяся за пределами обзора, – домысливается и становится достоянием лишь субъективно «достроенных» географических образов, т.е., что там, за этим лесом, горизонтом, есть только то, что нам обещает карта, путеводитель или экскурсовод. Поэтому в карте образно-географического рельефа (рис. 44) совокупность пространственно-географических образов и легенд в пределах одного муниципалитета может изображаться однотонной цветовой гаммой.

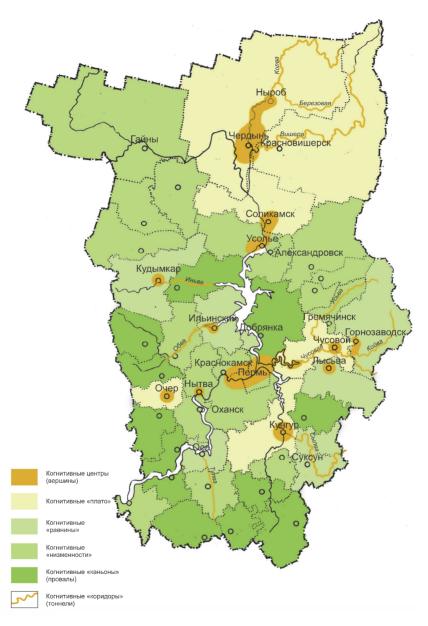


Рис. 44. Образно-географический «рельеф» территорий Пермского края (туристский аспект)

Создатели многочисленных путеводителей по Пермскому краю доводят до путешественника комплексные образно-смысловые конструкции и их географию только вдоль и «около» определенных маршрутов («Туризм в Пермской области» (гл. ред. С. Барков, 2002 г.), «Пермь. Путеводитель» (издательство «Маматов», 2011 г.) и др.); или при водных маршрутах (С. А. Торопов «По голубым дорогам Прикамья» (2008 г.), С. В. Котельников и А. А. Чернышов «По реке Березовой» (2004 г.).

Предлагается особая когнитивная образно-географическая концепция. Прикамье, как туристский регион, с точки зрения ограниченных образов, «вытянутых», «длительных» в хронологическом плане вдоль трансферов превращается в своеобразный и строго определенный «когнитивный скелет», состоящий из туристских центров, отдельных объектов показа и соединяющих их туристских путей, в основном автодорог и фрагментов водных маршрутов, которые предлагается считать «коридорами» или «тоннелями» восприятия.

Человек, путешествующий с туристскими и познавательными целями, может пользоваться для этого различными маршрутами и видами транспорта (автомобиль, автобус, плавсредство, поезд, летательный аппарат и т.д.) и перемещаться пешком. Каждый способ передвижения накладывает разного рода ограничения на систему восприятия человека.

Во всех случаях, независимо от выбранного маршрута и стиля передвижения, из пункта А в пункт Б, путешественник формирует свои внутренние пространственные образы, исходя из весьма ограниченного восприятия окружающего пространства (вперед, влево, вправо, по ходу движения). От этих ограничений у путешественника необязательно будет формироваться мнение о полном отсутствии пространства и времени, равно как и их исторической динамики. Однако домысливаться неосязаемое пространство будет субъективно индивидуально. В пределах самого когнитивного коридора можно усилить восприятие через специальный показ и позиционирование нужных тематических образов, так, если бы все легенды, мифы и образы территории, через которую пролегает трансфер, были «сконцентрированы» на экскурсионном маршруте.

Таким образом, когнитивные «коридоры» или «тоннели», совпадающие в Прикамье с основными туристскими маршрутами по автодорогам, водным артериям железнодорожным линиям, должны стать важнейшими оптимизационными направлениями в развитии туризма. Это путь к эффективному использованию финансовых средств, заложенных в Программу по развитию туризма. Турист должен видеть только те образы, которые будут «работать» на общую туристскую концепцию и имидж конкретной территории (муниципалитета). В качестве таких «коридоров» («тоннелей») будут использоваться лишь фрагменты авто- и ж/д дорог, и участки рек, где окружающие ландшафты, соединяющие турцентры и дестинации, в совокупности «обязанные» создавать необходимые гостям образы. Они должны быть оптимизированы и приведены в тематическое соответствие. Все остальные участки транспортной сети Прикамья, не используемые туристами (рекреантами), могут оставаться вне этих оптимизационных работ.

Используя картографический метод и традиционную для отображения рельефа цветовую гамму, изобразим образно-географическое восприятие пространства Пермского края туристами и гостями в виде карты образно-географического рельефа Прикамья (рис. 44).

Представим территорию Прикамья в виде особого трехмерного (объемного) ландшафта, — рельефа пространственно-географических образов, созданного метасистемами мыслительных конструкций, порождаемых сознанием человека, перемещающимся в пространстве и ищущим познавательную «опору» в историческом, геокультурном и туристском потенциале территории.

Рельеф пространственно-географических образов Пермского края, как очерченного в своих границах пространственно-смыслового кластера, будет серьезно отличаться от общепринятого понимания рельефа с его относительными и абсолютными высотами, хотя смысловая логика останется прежней.

В карте образно-географического рельефа будут такие же формы: хребты, вершины, плоскогорья, водоразделы, низменности и т.п., созданные не формами земной поверхности, а группами пространственных образов и легенд. Несомненно будут и «белые пятна», осмысление которых через создание новых образов и их продвижения, может дать путешественнику новые открытия или повод для непосещения отдельных территорий.

Предлагается воспринимать череду пространственно географических образов, как некий численный набор (сумму) высот, тогда Прикамье предстанет регионом с совершенно иным рельефом, вполне допустимо назы-

вать его «культурным» (рельеф культурного ландшафта). Историкокультурные центры станут «вершинами»: Чердынь, Соликамск, Пермь, Кунгур; чуть ниже будут Очер, Усолье, Оса. Сохранятся основные водные потоки, обретя статус связующих «нитей» между вершинами: Кама, Чусовая, Сылва, Колва, Вишера, Иньва и т.д. Недостаточно известная у туристов и обывателей территория северо-западного Прикамья (бывший КПАО) превратится в своеобразное когнитивное плато, сложенное, будто геологическими слоями, финно-угорским эпосом и культурой, с «месторождениями» пермского звериного стиля. По южной границе Кудымкарского и Карагайского, а также юго-восточной границе Юсьвенского района «плато» будет плавно снижаться, переходя в «равнинный участок», однако уже Сивинский муниципалитет будет южнее заканчиваться «низменностью» Верещагинского района, правда, в Очерском районе вновь появляется «столовая» гора (возвышенность с плоской вершиной) с неровными краями, вновь «обрывающаяся» в низины Оханского, Краснокамского и Частинского районов, а по левому берегу Камы им будут соответствовать Еловский и Чайковские районы и только Осинский здесь будет по «культурному рельефу» соответствовать Очерскому.

Южное Прикамье в основном будет представлено образногеографической низиной Куединского, Чернушинского, Октябрьского районов, а находящиеся к северу Бардымский и Ординский районы будут по «геокультурным высотам» ближе к равнинам. Примерно такой же рельеф будет иметь и Пермский район.

Восточное Прикамье, со своим горнозаводским прошлым и настоящим действительно будет совпадать с реальным рельефом и ландшафтами Предуралья, то тут, то там образуя передовые складки древних, сильно разрушенных Уральских гор, перемежающиеся котловинами и отдельными останцами. Например, культурный образ Красновишерского района, как и в случае с КПАО предстанет нам в виде «плоскогорья» вогульского эпоса.

Город Пермь в образно-географическом рельефе выступает самой высокой и основательной вершиной, «заметной» из любой точки Прикамья. Посоперничать с этим когнитивным «столпом» могла бы только «вершина» Чердыни. Но поскольку большинство гостей и жителей Прикамья начинает знакомство с краем изначально со встречи с современным краевым центром, в котором в силу объективных культурно-

исторических причин, наблюдается целый комплекс взаимопроникающих друг в друга образов, «смыслов», «мифов» и «легенд», Чердынь сравнивать по «высоте» несколько некорректно.

Анализ карты образно-географического рельефа территорий Пермского края позволяет сделать следующие перспективные выводы:

- 1. Представленный образно-географический «рельеф» не является окончательным и его следует рассматривать скорее как концепцию, требующую обсуждения.
- 2. Присвоенный каждому району «уровень» в данном случае считается не от «уровня моря», а от существующих в действительности мировых и общепринятых в современной геокультуре образов турресурсов и базовых турмаршрутов. Например, Египет Нил и пирамиды, Франция Париж и Елисейские поля, Эйфелева башня, Англия Биг Бен, Красный Омнибус, Шерлок Холмс и Доктор Ватсон. Интересно, что литературные герои даже не имевшие под собой реальных прототипов стали своеобразной визитной карточкой Великобритании, настолько, что более половины британцев уже не сомневаются в реальности их существования в историческом прошлом.
- 3. Представленная карта может стать основой для новых более дробных систем районирования, которые, возможно, будут нарушать установленные административные границы районов и позволять более эффективно вкладывать средства в развитие туризма.
- 4. Самой перспективной идеей, требующей дальнейшей разработки и исследования, является концепция когнитивных «коридоров» или «тоннелей», которые могут образовывать непрерывную «сетку», «скелет», объединяющую явно выделенные когнитивные вершины.
- 5. Представленная карта может стать основой для разработки перспективных путеводителей, в основе которых будет не география места и связанные с ними культурно-исторических событий, а именно география образов, края и порождает основные туристские мотивы.
- 6. Необходимо управлять территориальной системой географических образов, не позволяя пермским «образам» и «смыслам» развиваться самостоятельно, иначе можно «потерять» в лице гостей и туристов, привлекательный образ Прикамья. И наоборот, можно сформировать конкурентоспособную образную модель всего Прикамья в целях перспективного развития въездного туризма.

7. Карта образно-географического рельефа не предназначена для «химеризации» пространства, не отражает «ложные» культурные ланд-шафты Прикамья и не создает у туристов образы, не имеющих под собой объективной историко-культурной информации, – отнюдь, – предлагается, с опорой на объективный культурно-исторический базис и легитимную информацию, создать у каждой территории (а значит и у Прикамья в целом), участков автодорог, идущих к туристским центрам и этапов водных маршрутов, привлекательные, позитивные, а главное мотивирующие к путешествию туристские образы, в меру «сдобренные» анимацией и новыми арт-объектами.

### Контрольные вопросы и задания:

- 1. В чем заключается необходимость перехода от двухмерных образно-географических карт к картам образно-географического рельефа?
- 2. В чем заключается концепция «когнитивных коридоров» и «тоннельных образов»?
- 3. Каково значение карты образно-географического рельефа Прикамья для развития туризма в регионе?
- 4. Составьте анкету для жителей и гостей любого из муниципалитетов (туристского кластера) Пермского края с целью выявления известности и повторяемости базовых туристских легенд, характерных для данной территории.
- 5. Возьмите любой муниципалитет или туристский кластер Пермского края и изобразите графически карту его образно-географического рельефа, используя для этого послойную окраску, аналогичную классическому физико-географическому рельефу, используя анкетирование (п. 4).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Абашев, В. В. Пермь как текст. Пермь, 2000. С. 9
- 2. Азбелев, С. Н. Историзм былин и специфика фольклора. Л.: Наука, 1982. С. 268.
  - 3. Андерсон, Б. Воображаемые сообщества. М., 2001.
  - 4. Аттиас, Ж.-К., Бенбасса Э. Вымышленный Израиль. М., 2002.
- 5. Бажов, П. П. Малахитовая шкатулка. Сказы старого Урала / П. П. Бажов. Свердловск : Свердлгиз, 1939. 167 с.
- 6. Барабанов, А. А. Чтение города // Семиотика пространства: Сб. науч. тр. Междунар. ассоц. семиотики пространства / Под ред. А. А. Барабанова. Екатеринбург: Архитектон, 1999. С. 325–354.
- 7. Баранский, Н. Н. О связи явлений в экономической географии // Баранский Н. Н. Избранные труды: Становление советской экономической географии / Редкол.: В. А. Анучин и др. М.: Мысль, 1980. С. 160–172.
- 8. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика / пер. с фр., сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М. : Прогресс, 1989. С. 79.
- 9. Барт, Р. Мифологии / Пер. с франц., вступ.ст. и коммент. С. Н. Зенкина. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2000.
- 10. Бассин, М. Россия между Европой и Азией: идеологическое конструирование географического пространства // Российская империя в зарубежной историографии. М., 2005.
- 11. Башляр,  $\Gamma$ . Поэтика пространства // Башляр  $\Gamma$ . Избранное. Поэтика пространства. М., 2004.
- 12. Белицкий, А. С. Воспоминания о Павле Ивановиче Преображенском // Пермский университет в воспоминаниях современников. Вып. 4. Живые голоса. Пермь, 1996.
- 13. Берг, Л. С. География / Л. С. Берг // БСЭ.— М., 1929. Т. 15. С. 367 378.
- 14. Берг, Л. С. Предмет и задачи географии / Л. С. Берг // Изв. РГО. 1915. Т. 51. Вып. 9. С. 463 475.
- 15. Блажес, В. В. К истории создания бажовских сказов // Известия УрГУ. 2003. № 28. С. 5.
- 16. Богданов, Д. В. Культурные ландшафты долин Северо-западного Памира и возможности их преобразования / Д. В. Богданов // Вопросы географии. М.: Мысль, 1951. Вып. 24. С. 300 321.

- 17. Богословский П. С. О постановке культурно-исторических изучений Урала // Уральское краеведение. Вып. 1. Свердловск, 1927. С. 24.; Семенов-Тян-Шанский В. П. Район и страна. М.-Л.: ГИЗ, 1928. 312 с.
- 18. Болтански Л., Кьяпелло Э. Новый дух капитализма. / Л.Болтански [и др.] М.: НЛО, 2011. 976 с.
- 19. Большая Советская Энциклопедия / Гл. ред. А. А.Прохоров. Изд. 3-е., М. 1973, с. 247
- 20. Бондаренко, Г. В. Мифология пространства Древней Ирландии. М., 2003.
- 21. Бординских, Г. А. Пермь Великая Terra Incognita: рассказы по истории / Г. А. Бординских. СПб.: Маматов, 2014. 184 с.
- 22. Ваксман, С. И. Условный знак Пермь / С. И. Ваксман. Пермь: Пермское книжное издательство, 1991. 176 с.
- 23. Ваксман, С. И. Вся Земля или Записки о Родерике Мэрчисоне, короле Пермском, Силурийском и Девонском / С. И. Ваксман. Пермь: «Звезда», 2008. 384 с.
- 24. Ваксман, С. И. Путеводитель по Юрятину / С. И. Ваксман. Пермь: «Книжный мир», 2005. 144 с.
- 25. Веденин, Ю. А. Динамика территориальных рекреационных систем / Ю. А. Веденин. М. : Наука, 1982. 190 с.
- 26. Веденин, Ю. А. Искусство как один из факторов формирования культурных ландшафтов / Ю. А. Веденин // Изв. АН СССР. Сер. геогр. 1988. N = 1. C. 17 24.
- 27. Веденин, Ю. А. Концепция культурного ландшафта и задача охраны культурного и природного наследия / Ю. А. Веденин // Ориентиры культурной политики; Инфор. вып. М-ва культуры РФ. М., 1992. № 6. С. 7 16.
- 28. Веденин, Ю. А. Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия / Ю. А. Веденин, М. Е. Кулешова // Изв. РАН. Сер. геогр. 2001. № 1. С. 7 14.
- 29. Веденин, Ю. А. Мифология туристских ресурсов и эволюция представлений о ресурсном потенциале территории // Известия РАН. Сер. геогр. -1998. -№ 4.
- 30. Веденин, Ю. А. Очерки по географии искусства / Ю. А. Веденин. СПб.: Д. Буланин, 1997. 212 с.
- 31. Веденин, Ю. А. Проблемы формирования культурного ландшафта и его изучения / Ю. А. Веденин // Изв. АН СССР. Сер. геогр. 1990. № 1. С. 5 17.

- 32. Величковский, Б. М., Блинникова И. В., Лапин Е. А. Представление реального и воображаемого пространства // Вопросы психологии. 1986. № 3.
- 33. Вендина О. И. Геополитическая картина мира в российских средствах массовой информации (на примере «Независимой газеты» // Геополитическое положение России: представление и реальность / Под ред. В. А. Колосова. М.: Арт-Курьер, 2000. С. 215–237.
- 34. Вендина О., Каринский С. Москва: образ города и его восприятие // Проблемы расселения: история и современность. М.: Ваш Выбор. ЦИРЗ, 1997. (Серия: Россия 90-х: проблемы регионального развития. Вып. 3). С. 89–96.
- 35. Верда, А. А. // Роковые совпадения в жизни Царской семьи // «Русский дом». № 1, январь. 2000 г.
- 36. Вульф, Л. Изобретая Восточную Европу: карта цивилизации в сознании эпохи Просвещения. М., 2003.
- 37. Гачев, Г. Д. Вещают вещи, мыслят образы. М.: Академический проект, 2000.
- 38. Гачев, Г. Национальные образы мира. Космо-Психо-Логос. М., 1995.
- 39. Геополитическое положение России: представления и реальность. Под ред. В. А. Колосова. М.: Арт-Курьер, 2000. 352 с.
- 40. Генон, Р. Царство количества и знамения времени. Очерки об индуизме. Эзотеризм Данте. Избр. соч. М., 2003.
  - 41. Генон, Р. Символика креста. М., 2004.
- 42. Геопанорама русской культуры: провинция и ее локальные тексты. М., 2004.
- 43. Геттнер, А. География. Её история, сущность и методы. Л.-М.: Гос. изд., 1930.
- 44. Гибсон, Дж. Экологический подход к зрительному восприятию. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Кортунэ, 1998. 456 с.
- 45. Гладкий, Ю. Н. Гуманитарная география: научная экспликация. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2010. С.34–38.
- 46. Гладышев, В. Перми старинное зерцало. История Перми в зеркале некрополя / В. Гладышев. Пермь, 2001. 176 с.
- 47. Глазырина, Г. В. Исландские викингские саги о Северной Руси / Г. В. Глазырина. Москва, 1996. С. 65, 97.

- 48. Голд Дж. Психология и география: основы поведенческой географии. Пер. с англ. / Авт. предисл. С. В. Федулов. М.: Прогресс, 1990. 304 с.
- 49. Григорьева, Е. Пространство и время Петербурга с точки зрения микромифологии // Sign System Studies (Труды по знаковым системам). Vol. 26. Tartu: Tartu University Press, 1998. P. 151–185.
- 50. Гумилев, Л. Н. Этногенез и биосфера Земли / Л. Н. Гумилев. М.: ТОО «Мишель и К», 1993. 504 с.
- 51. Давиденков, С. Н. Эволюционные проблемы невропатологии. Л., 1947.
- 52. Джаксон, Т. Н. Исландские королевские саги как источник по истории Древней Руси и ее соседей. X XIII вв. / Т. Н. Джаксон // Древнейшие государства на территории СССР. Материалы и исследования, 1988–1989. Москва, 1991. С. 86.
- 53. Джаксон, Т. Н. Исландские королевские саги о Восточной Европе (с Древнейших времен до 1000 г.). Тексты, перевод, комментарий / Т. Н. Джаксон. Москва, 1993. С. 249.
- 54. Джонстон, Р.Дж. География и географы: Очерк развития англоамериканской социальной географии после 1945 г.: Пер. с англ./Под ред. Э. Б. Алаева. М.: Прогресс, 1987. 368 с.
- 55. Докучаев, В. В. Наши степи прежде и теперь / В. В. Докучаев // Избр. соч. М., 1949. Т. 2. С. 161 228.
- 56. Дранникова, Н. В. Мифология Кенозерья // Поморские чтения по семиотике культуры. Вып. 2. Сакральная география и традиционные этно-культурные ландшафты народов Европейского Севера. Архангельск, 2006.
- 57. Елистратов, В. С. Евразийский Рим или Апология московского мещанства // Елистратов В. С. Язык старой Москвы. Лингвоэнциклопедический словарь. М., 1997.
- 58. Ерофеев, Н. А. Туманный Альбион. Англия и англичане глазами русских. 1825–1853 гг. М., 1982.
- 59. Заветный вклад: избранная коми-пермяцкая народная проза и поэзия (перевод с коми-перм. и сост. В. В. Климова); 2-е издание. Кудымкар: Коми-Перм. кн. Изд-во, 2007. 392 с.
- 60. Замятин, Д. Н. Гуманитарная география: предмет изучения и основные направления развития / Д. Н. Замятин // Общественные науки и современность. -2010. -№ 4. -C. 126–138.
- 61. Замятин, Д. Н. Гуманитарная география: Пространство и язык географических образов. СПб.: Алетейя, 2003.

- 62. Замятин, Д. Н. Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие современных гуманитарных наук // Социологическое обозрение. Т. 9. № 3. 2010. С. 26–27.
- 63. Замятин, Д. Н. Имажинальная (образная) география. Материалы к словарю гуманитарной географии // Гуманитарная география. Научный и культурно-просветительский альманах. Вып. 4. М.: Институт наследия, 2007. С. 291–296.
- 64. Замятин, Д. Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов / Д. Н. Замятин. М.: Знак, 2006. 488 с.
- 65. Замятин, Д. Н. Образ страны // Известия РАН. Серия географическая. 1997. № 4.
- 66. Замятин, Д. Н. Сознание Земли // Известия РАН. Серия географическая. 1995. № 1.
- 67. Замятин, Д. Н. Феноменология географических образов / Д. Н. Замятин // Логос: философско-литературный журнал. 2000.
- 68. Замятин, Д. Н. Экономическая география Лолиты // Новая юность. 1997. № 5–6 (26–27).
- 69. Замятина, Н. Ю. Взаимосвязи географических образов в страноведении / Диссертация на соискание ученой степени кандидата географических наук. М.: Географический факультет МГУ, 2001.
- 70. Замятина, Н. Ю. Когнитивные пространственные сочетания как предмет географических исследований // Известия РАН. Сер. геогр. 2002. № 5.
- 71. Зырянов, А. И. Географическое поле туристского кластера / А. И. Зырянов // Географический вестник. Пермь: ПГНИУ, 2012. С. 96–98.
- 72. Зырянов, А. И. Ландшафтные рубежи контрастности и территориальные социально-экономические системы / А. И. Зырянов. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1995.
- 73. Зырянов, А. И. Проблемы развития регионального туризма / А. И. Зырянов // Современные проблемы туризма и гостеприимства. (Материалы профессорского лектория в рамках международного научнопрактического форума «Сфера туризма и гостеприимства в эпоху глобализации»). (Пермь, 15–17 мая 2013 г.): учебное пособие. Пермь: ПГАИК, 2013. С. 151–163.
- 74. Иванов, А. В. Вниз по реке Теснин. В 3-х т. Пермь: Кн. Издво, 2004. 208 с.
- 75. Иванов, А. В. Хребет России. СПб.: Издательская Группа «Азбука-классика», 2010. 272 с.

- 76. Иванов, А. В. Чердынь княгиня гор / А. В. Иванов; худ. О. В. Иванов. Пермь: Пермское книжное издательство, 2003. 528 с.
- 77. Игнатьева, И. А. Образный каркас исторического города // Семиотика пространства: Сб. науч. тр. Междунар. ассоц. семиотики пространства / Под ред. А. А. Барабанова. Екатеринбург: Архитектон, 1999. С. 431–440.
- 78. Исаченко, А. Г. Основные вопросы физической географии / А. Г. Исаченко. Л. : Изд-во ЛГУ, 1953. 391 с.
- 79. Каганский, В. Л. Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство. М.: Новое литературное обозрение, 2001. 576 с.
- 80. Каганский, В. Л. Основания регионального анализа в гуманитарной географии // Известия РАН. Сер. геогр. 1999. № 3.
- 81. Калуцков, В. Н. Ландшафтная концепция в культурной географии. Диссертация на соискание ученой степени доктора географических наук. М., 2009 (специальность 25.00.24).
- 82. Калуцков, В. Н. Основы этнокультурного ландшафтоведения / В. Н. Калуцков. М.: Изд-во МГУ, 2000. 94 с.
- 83. Калуцков В. Н. Проблемы исследования культурного ландшафта // Вестник МГУ. Серия 5. География. 1995. N 4. С. 16—21.
- 84. Калуцков, В. Н. Схематизации культурного ландшафта // Культурный ландшафт: Теоретические и региональные исследования. Третий юбилейный выпуск трудов семинара «Культурный ландшафт» / Отв. ред. В. Н. Калуцков, Т. М. Красовская. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. С. 10–19.
- 85. Калуцков, В. Н. Этнокультурное ландшафтоведение / В. Н. Калуцков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. География. 2006. № 2. С. 6 12.17. Калуцков, В. Н. Этнокультурное ландшафтоведение и концепция культурного ландшафта / В. Н. Калуцков // Культурный ландшафт: вопросы теории и методологии. Смоленск, 1998. С. 43 49.
- 86. Касавин, И. Т. Простанство-время: бытийственная основа знания / И. Т. Касавин // Эпистемология & Философия науки. № 4. 200.
- 87. Колбовский Е. Ю. Ландшафтоведение: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е. Ю. Колбовский 3-е изд., стер. М.: Издательский центр «Академия», 2008.-480 с.
- 88. Коломейцева, О. В. Образ города в новейших отечественных исследованиях // Культурный ландшафт: Теоретические и региональные исследования. Третий юбилейный выпуск трудов семинара «Культурный

- ландшафт» / Отв. ред. В. Н. Калуцков, Т. М. Красовская. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. С. 78–88.
- 89. Колосов В. А., Тикунов В. С., Заяц Д. В. Мир в зеркале средств массовой информации: использование анаморфоз в политико-географическом анализе. // Вестник МГУ. Серия 5. География. 2000.  $\mathbb{N}_2$  2. С. 3—7.
- 90. Конева, Е. В. Образ города как коммуникативная знаковая структура текст // Семиотика пространства: Сб. науч. тр. Междунар. ассоц. семиотики пространства / Под ред. А. А. Барабанова. Екатеринбург: Архитектон, 1999. С. 413–430.
- 91. Конькова, О. И. Ижорский мир: формирование и конструкция. Пространство и время // Поморские чтения по семиотике культуры. Вып. 2. Сакральная география и традиционные этно-культурные ландшафты народов Европейского Севера. Архангельск, 2006.
  - 92. Корбен, А. Свет славы и святой Грааль. М., 2006.
- 93. Королько, В. Г. Основы паблик рилейшнз / Авт. пер. с укр. М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000.
- 94. Котельников, В. Л. Задачи советского ландшафтоведения в связи с участием географов в выполнении сталинского плана преобразования природы / В. Л. Котельников // Вопросы географии. М. : Мысль, 1950. Вып. 23. С. 144 157.
- 95. Кошелева, И. «Что такое легенда», 2012 г. http://elhow.ru/ucheba/opredelenija/l/chto-takoe-legenda
- 96. Кошкарев, А. В. Понятия и термины геоинформатики и ее окружения: Учебно-справочное пособие. / Российская академия наук, Институт географии. М.: ИГЕМ РАН, 2000. 76 с.
- 97. Кривонос, В. Ш. Гоголь: миф провинциального города // Провинция как реальность и объект осмысления. Тверь, 2001.
- 98. Кубрякова, Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. / Под общей редакцией Е. С. Кубряковой. Краткий словарь когнитивных терминов. М.: филолог. факультет МГУ, 1996. 246 с.
- 99. Кубрякова, Е. С. Язык пространства и пространство языка (к постановке проблемы) // Известия АН. Серия литературы и языка. 1997. Т. 56. N = 3. C. 22-32.
- 100. Кузнецов, С. К. К вопросу о Биармии / С. К. Кузнецов // Этнографическое обозрение, кн. LXV − LXVI. − 1905. № 2, 3.
- 101. Кулемзин, В. М. Человек и природа в верованиях хантов. Томск, 1984.

- 102. Лавренова, О. А. Географическое пространство в русской поэзии XVIII начала XX вв. (геокультурный аспект) / Науч.ред. Ю. А. Веденин. М.: Ин-т Наследия, 1998.
- 103. Лавренова О. А. Географическое пространство в произведениях американских писателей // Вестник МГУ. Серия 5. География. 1993. № 3.
- 104. Лавренова О. А. Россия в художественных образах русских и советских поэтов и композиторов. // Геополитическое положение России: представление и реальность. Под ред. В. А. Колосова. М.: Арт-Курьер, 2000. С. 237–267.
- 105. Лавренова, О. А. Семантика культурного ландшафта. Диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук. М., 2009 (специальность 24.00.01).
- 106. Лавренова, О. А. Стратегии «прочтения» текста культурного ландшафта / О. А. Лавренова // Эпистемология & Философия науки. Т. XXII. № 4. 2009. С. 123–141.
- 107. Легенды и были таежного края / И. Н. Гемуев, А. М. Сагалаев, А. И. Соловьев. Новосибирск: Наука. Сиб. Отделение. 1989. 176 с.
- 108. Леви-Строс К. Мифологики. В 4-х тт. Том 1. Сырое и приготовленное. М.; СПб.: Университетская книга, 1999.
- 109. Лидов, А. М. Иеротопия: Пространственные иконы и образыпарадигмы в византийской культуре. М., 2009.
- 110. Линч, К. Образ города / Пер. с англ. В. Л. Глазычева; сост. А. В. Иконников; под ред. А. В. Иконникова. М.: Стройиздат, 1982. 328 с.
- 111. Лисенкова А. А. Управление территориальным брендом как основа инвестиционной и туристической привлекательности региона./ Лисенкова А. А.// Сфера туризма и гостеприимства в эпоху глобализации. Материалы международного научно-практического форума (15–17 мая 2013г.) / Перм. гос. академия искусства и культуры. Пермь, 2013.
- 112. Лосев, А. Ф. Диалектика мифа // Лосев А. Ф. Из ранних произведений. М.: Правда, 1990. С. 393–599.
- 113. Люсый, А. П. Крымский текст в русской литературе. СПб., 2003.
- 114. Матузова, В. И. Английские средневековые источники IX–XIII вв. / В. И. Матузова. Москва, 1979. С. 19–35.
- 115. Мейнандер, К. Ф. Бьярмы / К. Ф. Мейнандер // Финно-угры и славяне. Ленинград, 1979. С. 35–40.

- 116. Мельникова, Е. А. Древнескандинавские географические сочинения / Е. А. Мельникова. Москва, 1986. С. 199.
- 117. Мельникова Е. А. Образ мира. Географические представления в средневековой Европе. М.: Янус-К, 1998. 255 с.
- 118. Меркулов, П. И. Концепция культурного ландшафта и становление представлений об этнокультурном ландшафтоведении. М., 2007.
- 119. Мильков, Ф. Н. Человек и ландшафты. Очерки антропогенного ландшафтоведения / Ф. Н. Мильков. М.: Мысль, 1973. 223 с.
- 120. Митин, И. И. Комплексные географические характеристики. Множественные реальности мест и семиозис пространственных мифов. Смоленск: Ойкумена, 2004.
- 121. Митин, И. И. Мифогеография: новые механизмы интерпретации пространства. http://imitin.at.tut.by
- 122. Михалевич, С. И. Хозяева Уральских гор / С. И. Михалевич. Пермь, 2009. 156 с.
- 123. Найссер, У. Познание и реальность: Смысл и принципы когнитивной психологии. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 1998. 224 с.
- 124. Невоструев Н. А. Образование и развитие элементов российского гражданского общества на Урале во второй половине XIX начале XX века. Диссертация на соискание ученой степени доктора исторических наук. Пермь, 2006 (специальность 07.00.02).
- 125. Никитин, А. Л. Биармия и древняя Русь / А. Л. Никитин. // Вопросы истории. 1976. № 7. С. 56-69.
- 126. Никитин, А. Л. Костры на берегах / А. Л. Никитин. Москва, 1986. С. 333–493.
- 127. Никитин, А. Л. Точка зрения / А. Л. Никитин. Москва, 1985. С. 7–132.
- 128. Никитина А. В. Специфика философско-культурологической репрезентации культурного ландшафта. Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. Казанский гос. ун-т культуры и искусств. Казань, 2013 (специальность 24.00.01).
- 129. Николаенко, Д. В. Гуманитарная география: проблемы и перспективы. Деп. Укр. НИИ НТИ, № 543 Ук Д84.,1984.
- 130. Охрана ландшафтов. Толковый словарь. М. : Прогресс, 1982. 272 с.
- 131. Пастернак Б. Доктор Живаго / Б. Пастернак; Рис. Л. О. Пастернака. М.: Детская литература, 2006. 606с.: ил.

- 132. Патканов, С.К, Стародавняя жизнь остяков и их богатыри по былинам и сказаниям // Живая старина.  $1981. N_2 3-4.$
- 133. Пиаже Ж., Инельдер Б. Генезис элементарных логических структур. М., 1963.
- 134. По-пермски глядя. Пермь глазами ученых. Альманах гуманитарных исследований / под ред. О. В. Лысенко, Е. Г. Трегубовой. Пермь: ПГГПУ, 2013. 385 с.
- 135. По реке Березовой. От истока до устья / авт.коллектив: С. В. Котельников, А. А. Чернышов. – Пермь, 2004. – 208 с.
- 136. Подорога В. А. Выражение и смысл. Ландшафтные миры философии: Серен Киркегор, Фридрих Ницше, Мартин Хайдеггер, Марсель Пруст, Франц Кафка. М.: Ad Marginem, 1995. С. 255.
- 137. Подорога, В. А. Простирание, или География «русской души» // Хрестоматия по географии России. Образ страны: Пространства России / Авт.-сост. Д. Н. Замятин, А. Н. Замятин / Под общ. ред. Д. Н. Замятина. М., 1994.
- 138. Пучков, М. В. Семиотические взаимосвязи архитектуры и языка // Семиотика пространства: Сб. науч. тр. Междунар. ассоц. семиотики пространства / Под ред. А. А. Барабанова. Екатеринбург: Архитектон, 1999. С. 115–153.
- 139. Рагулина, М. В. Культурная география: Теории, методы, региональный синтез. Диссертация на соискание ученой степени доктора географических наук. Иркутск, 2005 (специальность 25.00.24).
- 140. Рапп, В. Путеводитель по Кунгуру и Ледяной пещере / В. Рапп. Пермь, 2004. 351 с.
- 141. Реймерс, Н. Ф. Природопользование: словарь-справочник / Н. Ф. Реймерс. М.: Мысль, 1990. 638 с.
- 142. Родоман, Б. Б. Вдохновляющие заречья (начало) // География. 2010. №13. С. 3–12.
- 143. Родоман, Б. Б. Вдохновляющие заречья (окончание) // География. 2010. №14. С. 12–20.
  - 144. Родоман, Б. Б. Поляризованная биосфера. Смоленск, 2002.
- 145. Родоман, Б. Б. Территориальные ареалы и сети. Очерки теоретической географии. Смоленск, 1999.
  - 146. Русская провинция: миф-текст-реальность. М., СПб., 2000.
- 147. Савельева, Е. А. Олаус Магнус и его «История северных народов» / Е. А. Савельева. Ленинград, 1983.
  - 148. Саид, Э. В. Ориентализм. Западные концепции Востока. СПб., 2006.

- 149. Саушкин, Ю. Г. Культурный ландшафт / Ю. Г. Саушкин // Вопросы географии. М. : Мысль, 1946. Вып. 1. С. 97 106.
- 150. Саушкин, Ю. Г. К изучению ландшафтов СССР, измененных в процессе производства / Ю. Г. Саушкин // Вопросы географии. И. : Мысль, 1951. Вып. 24. С. 276 299.
- 151. Семенов-Тян-Шанский, В. П. Район и страна / В. П. Семенов-Тян-Шанский. М. Л. : ГИЗ, 1928. 312 с.
- 152. Симонов, Ю. Г. Культурный ландшафт как объект географического анализа // Культурный ландшафт: Вопросы теории и методологии исследований / Семинар «Культурный ландшафт»: второй тематический выпуск докладов. М.-Смоленск: Изд-во СГУ, 1998. С. 34–44.
- 153. Соболевский, А. Древняя Пермь / А. Соболевский // Известия Общества археологии, истории и этнографии. Т. 34, вып. 3–4. Казань, 1929.
- 154. Советская историческая энциклопедия: в 16 т. Москва: Совет. энцикл., 1961–1976.
- 155. Солсо, Р. Л. Когнитивная психология: Пер. с англ. М.: Тривола, 1996.-600 с.
- 156. Степанов, И. С. Происхождение россыпей алмазов западного склона Урала. Сов. геология, 1967, в.2. С.75–81.
- 157. Страленберг, Ф. И. Историческое и географическое описание северной и восточной частей Европы и Азии / Ф. И. Страленберг. Санкт-Петербург, 1797.
- 158. Стрелецкий, В. Н. Географическое пространство и культура: мировоззренческие установки и исследовательские парадигмы в культурной географии // Известия РАН. Сер. геогр. 2002.№ 4.
  - 159. Сухова, Н. Г. Карл Риттер и географическая наука в России. Л., 1990
- 160. Татищев, В. Н. История Российская. Т. І / В. Н. Татищев. Москва; Ленинград,  $1962.-C.\ 108.$
- 161. Тиандер, К. Ф. Поездки скандинавов в Белое море / К. Ф. Тиандер. Санкт-Петербург: типография И. Н. Скороходова, 1906.
- 162. Титков А. С. Образы регионов в российском массовом сознании // Политические исследования. -1999. № 3. С. 61—76.
- 163. Толмен, Э. Когнитивная карта у крыс и человека. // Хрестоматия по истории психологии. М.: изд-во МГУ, 1980. С. 63–82.
- 164. Топоров, В. Н. К происхождению и функциям "гео-этнических" панорам в аспекте связей истории и культуры. М., 1991.

- 165. Топоров, В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ. Исследования в области мифопоэтического. Избранное. М., 1995.
- 166. Топоров, В. Н. Эней человек судьбы. К "средиземноморской" персонологии. М., 1993.
- 167. Третьякова, Т. Н. Краеведение в региональном туризме: учебное пособие. Челябинск: ФГОУ ВПО УралГУФК, 2010. 520 с.
- 168. Тульчинский, Г. Л. Когнитивный менеджмент и проектносетевой социум / Г. Л. Тульчинский // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013, № 2 (22), с.113–116.
- 169. Туровский, Р. Ф. Культурные ландшафты России / Р. Ф. Туровский. М., 1998. 209 с.
- 170. Туровский, Р. Ф. Культурная география: теоретические основания и пути развития / Р. Ф. Туровский // Культурная география. М.,  $2001.-C.\ 10-94.$
- 171. Тюленева, Н. И. Концепция «культурного ландшафта» в применении к горнозаводской цивилизации Урала. Диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии. Пермь, 2015 (специальность 24.00.01)
- 172. Уваров, М. С. Научно-аналитический обзор источников по теме «Культурная география» / М. С. Уваров. 35 с.
- 173. Федоров Р. Ю. Освоение Урала и Западной Сибири как социокультурный процесс: Структура, коммуникации, ценности. Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук. Ин-т проблем освоения Севера Сибирское отд. РАН., 2009 (специальность 24.00.01).
- 174. Федоров Р. Ю. Региональные цивилизационные ландшафты: введение в понятие и опыт реконструкции // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики, 2012. № 5. Ч.2. С. 193–200.
- 175. Хрестоматия по географии России. Образ страны: Пространства России / Авт.-сост. Д. Н. Замятин, А. Н. Замятин / Под общ. ред. Д. Н. Замятина. М., 1994.
  - 176. Церен, Э. Библейские холмы / Э. Церен. М.: «Правда», 1986.
- 177. Чихичин, В. В. Комплексный географический образ города: определение понятия и стратегии реконструкции // Гуманитарная география. Научный и научно-просветительский альманах. Вып. 2. М., 2005.

- 178. Ширинкин, П. С. К вопросу о разработке региональной программы по развитию туризма: «дорожная карта» (на примере Пермского края) /П. С. Ширинкин//Современные проблемы туризма и гостеприимства/Материалы профессорского лектория в рамках международного научно-практического форума «Сфера туризма и гостеприимства в эпоху глобализации», Пермь: 15–17 мая 2013: учебное пособие. Пермь, Перм. гос. акад. искусства и культуры, 2013. С. 163–213.
- 179. Ширинкин, П. С. К вопросу об эксплуатации и продвижению комплекса туристских ресурсов «Бьярмаленд» (Bjarmaland) на территории Пермского края / П. С. Ширинкин // Туризм в глубине России: Ш Международный научный семинар (21–27 июля 2014 г.): сборник трудов / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2014. С. 129–134.
- 180. Ширинкин, П. С. Книга Легенд. Туристские легенды Пермского края / П. С. Ширинкин. Пермь: Пресстайм, 2014. 404 с. 2-е изд., испр. и доп.
- 181. Ширинкин, П. С. Культурный туризм: концепция «Пермская Биармия» / П. С. Ширинкин // Диалоги об искусстве: материалы IV Всероссийская научно-практической конференции с международным участием (Пермь, 20–23 октября 2014 года) / отв. ред. А. А. Лисенкова; ред. кол.: Е. В. Баталина-Корнева, А. В. Макина, А. А.Суворова; Перм. гос. акад. искусства и культуры. Пермь, 2014. С. 103–116.
- 182. Ширинкин, П. С. Легенды Кунгурской Ледяной пещеры как мотив и базис для туристского продукта / П. С. Ширинкин // Комплексное использование и охрана подземных пространств: Междунар. науч. практ. конф., посвящ. 100-летнему юбилею науч. и туристско-экскурсионной деятельности в Кунгурской Ледяной пещере и 100-летию со дня рождения В. С. Лукина: сборник тезисов / ГИ УрО РАН; под общ. ред. О. Кадебской. Пермь, 2014. С. 49–50.
- 183. Ширинкин, П. С. Легенды Кунгурской Ледяной пещеры как мотив и базис для туристского продукта / П. С. Ширинкин // Комплексное использование и охрана подземных пространств: Междунар. научпракт. конф., посвящ. 100-летнему юбилею науч. и туристско-экскурсионной деятельности в Кунгурской Ледяной пещере и 100-летию со дня рождения В. С. Лукина: сборник докладов / ГИ УрО РАН; под общ. ред. О. Кадебской. Пермь, 2014. С. 183–190.
- 184. Ширинкин П. С. Методика и методология определения приоритетных туристских территорий в регионе // Проблемы туризма и сервиса: сб. науч. тр. Саратов, 2011. С. 72–78.

- 185. Ширинкин П. С. Туристское ресурсоведение: региональные аспекты (Пермский край): учеб.-справ. пособие. Пермь, 2011. 323 с.
- 186. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. 432 с.
- 187. Эренбург, Б. А. Звериный стиль / Б. А. Эренбург. Пермь: Сенатор, 2014. 212 с.
- 188. A companion to cultural geography / ed. by James S. Duncan, Nuala Christina Johnson, Richard H. Schein. 2004. 529 pp. (Путеводитель [сопровождающий] в культурную географию / под ред.: Дж. С. Дункан, Кристина Джонсон, Ричард Н. Шайн).
- 189. Bassin M. Visions of Empire: Nationalist Imagination and Geographical Expansion in the Russian Far East, 1840–1865. Cambridge, 1999.
- 190. Beyond Territory Dynamic Geographies of Knowledge: Creation, Diffusion and Innovation / ed. by Harald Bathelt, Maryann Feldman, Dieter F. Kogler. Publised by Routledge, 2011 294 р. (Series: Regions and Cities). (За пределами территории динамических географий знания: создание, распространение и инновации / под ред.: Харальд Батлер, Марианн Фельдман, Дитер Ф. Коглер. Изд-во Routledge, 2011. 294 с. (серия «Регионы и города»)).
- 191. Blakemore M. From way-finding to map-making: the spatial information fields of aboriginal peoples // Progress in human geography. -1981. -5. -P. 1-24.
- 192. Board C. Maps in the mind's eye: maps on paper and maps in the mind // Progress in human geography. -1979. -3. -P.434-442.
- 193. Brunn S., Cottle Ch. Small states and cyberboosterism // The geographical review. 87 (2). April 1997. P. 240–258.
- 194. Carl Sauer on Culture and Landscape: Readings and Commentaries, edited by William M. Denevan and Kent Mathewson. Baton Rouge LU Press, 2009. (Ландшафт и культура: исследования Карла Суареса. Тексты и комментарии /под ред. В. М. Деневана и Кента Мэйфсона, 2009).
- 195. Conforti J.A. Imagining New England: Explorations of Regional Identity from the Pilgrims to the Mid-twentieth Century. Chapel Hill–London, 2001.
- 196. Cooke A. Allislair Cooke's America. London: British Broadcasting Corporation, 1973.
- 197. Corbin H. Mundus Imaginalis or the Imaginary and the Imaginal. Dallas, 1972.
- 198. Cosgrove D.E. Models, Descriptions and Imagination in Geography // Remodelling Geography. Oxford, 1989.

- 199. Cosgrove D.E. Social Formation and Symbolic Landscape. London, 1984.
- 200. Daniels St. Place and Geographical Imagination // Geography.  $1992. N_{\odot} 4$  (77). P. 311.
- 201. Daniels S., Lee R. (Eds.). Exploring human geography: a reader. London: Arnold, 1995.
- 202. David Atkinson. Cultural geography. Wiley-Blackwell, 2005 (Дэвид Аткинсон. Культурная география. Wiley-Blackwell, 2005).
- 203. Don Mitchell. Cultural Geography: A Critical introduction. 2000. 325 р. (Дон Митчелл. Культурная география: критическое введение. Издво Wiley-Blackwell, 2000. 325 с.).
- 204. Driver F., Gilbert D. 'Heart of Empire? Landscape, space and performance in imperial London' // Environment and Planning D: Society and Space. 1998. 16. P. 11–28.
- 205. Driver F., Gilbert D. (Eds.) Imperial Cities: Landscape, Display and Identity. Manchester: Manchester University Press, 1999. 283 p.
- 206. Fabian J. Memory against Culture. Duce Univ. Press, 2007. (Фабиан, Йоханнес. Память против культуры. Изд-во Duce Univ. Press, 2007).
- 207. Gilbert, E. W. The Idea of the Region // Geography. -1960.-45.- P. 157-174.
- 208. Golledge R. G., Stimson R. J. Spatial Behavior: A Geographic Perspective. New York: Guilford Press, 1997.
- 209. Gombrich E. H. The Renaissance Theory of Art and the Rise of Landscape // E. H. Gombrich, (ed.). Norm and Form: Studies in the Art of the Renaissance. London: Rhaidon, 1966. P. 107–121.
- 210. Gombrich E. H. Mirror and Map: Theories of Pictorial Presentation // Philosophical Transactions of the Royal Society of London. 1975. B, 270. P.119–149.
- 211. Gould P., White R., Mental Maps. 2d ed. Boston: Allen and Unwin, 1986.
- 212. Handbook of Cultural Geography / ed. by K. Andersson, M. Domosh, S. Pile, and N. Thrift. Sage Press, 2003 (first edition; last edition 2009). (Справочник по культурной географии / под ред.: К. Андерссон, М. Домош, С. Пайл, Н. Трифт. Sage Press, 2003 (переиздается каждые 1–2 года; последнее издание 2009 г.)).
- 213. Journal of Social & Cultural geography. Published by Routledge. Frequency: 8 issues per year (Volume # 12, 2010, last issue). (Социальная и

- культурная география: журнал (периодическое издание, 8 номеров в год. Изд-во Routledge (Том 12, 2010 год последний доступный выпуск)).
- 214. Journal of Cultural Geography Published By: Frequency: 3 issues per year. Volume Number: 28. View a list of the latest free articles available from Journal of Cultural Geography. (Журнал культурной географии. Издво Routledge (периодичность 3 номера в год; Вып. № 28, 2010 год последний доступный номер)).
- 215. Kitchin R.M. Increasing the integrity of cognitive mapping research: appraising conceptual schemata of environment-behaviour interaction // Progress in Human Geography. -1996.-20, 1.-P.56-84.
- 216. Mark D.M., Frank A.U. (Eds.). Cognitive and linguistic aspects of geographical space. Cleveland, 1990. 519 p.
- 217. Peet, Richard. Modern Geographical Thought; Blackwell; 1998. (Пийт Ричард. Размышления о современной географии, Изд-во Blackwell, 1998).
- 218. Ryan J.R. Picturing Empire: Photography and the Visualization of the British Empire. Chicago: University of Chicago Press, 1997. (См. Также рецензию: Annals of the Association of American geographers. 1999. Vol. 89. № 2. Р. 366–368. By J. R. Gold).
- 219. Shin M. Geographical Knowledge in three Southwestern Novels // Moore G. T., Golledge R. G. (Eds.). Environmental Knowing. Stroudsburg, Pa.: Dowden, Hutchinson & Ross, 1976. P. 273–278.
- 220. The History of Cartography. Volume 2, Book 3: Cartography in the Traditional African, American, Arctic, Australian, and Pacific Societies. Ed. by D.Woodward and G. M. Lewis. Chicago: University of Chicago Press 1998. 660 p.[http://www.press.uchicago.edu/Misc/Chicago/907287.html]
- 221. Zelinsky W. Globalization Reconsidered: The Historical Geography of Modern Western Male Attire // Journal of Cultural Geography. 2004. (Зелинский Вильбур. Переоценка глобализации: Историческая география современной западной мужской одежды // Журнал культурной географии, 2004).
- 222. Zelinsky W. This Remarkable Continent: An Atlas of North American Society and Cultures. (with John F. Rooney, Jr., Dean Louder, and John D. Vitek) College Station: Texas A&M University Press. 1982. (Зелинский Вильбур. Этот замечательный континент: Атлас североамериканского общества и его культурного многообразия (при участии учеников и коллег Зелинского), 1982).
  - 223.http://geography.about.com/od/culturalgeography/a/culturalovervie.htm

# ГЛОССАРИЙ

**Архаи́зм** (от латинизированного др.-греч. ἀρχαῖος – «древний») – устаревшее слово, которое в современной речи означает устаревший, примитивный, древний.

**Биосферный** (регионально – биосферный подход) – подход к изучению истории (подход Л. Н. Гумилева). В локальном подходе приоритетом в ходе истории является региональная общность и биосфера. Система взглядов архаичных племен на окружающий мир и Природу, согласно которого неживая природа одушевляется, с пониманием всеобщей взаимосвязи процессов и явлений во вмещающем ландшафте.

**Бри́тва О́ккама** (иногда «лезвие Оккама») — методологический принцип, получивший название от имени английского монахафранцисканца, философа-номиналиста Уильяма Оккама (ок. 1285–1349). В кратком виде он гласит: «Не следует множить сущее без необходимости» (либо «Не следует привлекать новые сущности без крайней на то необходимости»).

**Вербально-коммуникативные методы** – группа психологических и, в частности, психодиагностических методов на основе речевого (устного или письменного) общения.

**Вали́дность** (англ. validity, от лат. validus – «сильный, здоровый, достойный») – обоснованность и пригодность применения методик и результатов исследования в конкретных условиях.

**Вербальный** (лат. *verbalis* «словесный») – термин, применяемый для обозначения знаков, слов и процессов оперирования знаками, словами.

**Географический образ** – система взаимосвязанных и взаимодействующих знаков, символов, архетипов и стереотипов, ярко и в то же время достаточно просто характеризующих какую-либо территорию (место, ландшафт, регион, страну).

**Гомеоста́з** (др.-греч. ὁμοιοστάσις от ὅμοιος – одинаковый, подобный и στάσις – стояние, неподвижность) – саморегуляция, способность открытой системы сохранять постоянство своего внутреннего состояния посредством скоординированных реакций, направленных на поддержание динамического равновесия.

**Гуманитарная география** – междисциплинарное научное направление, изучающее различные способы представления и интерпретации земных пространств в человеческой деятельности, включая мысленную (ментальную) деятельность.

Детерминированный – предопределенный.

**Имажинальная или образная география** — междисциплинарное научное направление в рамках гуманитарной географии. Имажинальная география изучает особенности и закономерности формирования географических *образов*, их структуры, специфику их моделирования, способы и типы их репрезентации и интерпретации.

**Имажинизм** (от лат. *Imago* – образ) – литературное направление в русской поэзии XX века, представители которого заявляли, что цель творчества состоит в создании образа. Основное выразительное средство имажинистов – метафора, часто метафорические цепи, сопоставляющие различные элементы двух образов – прямого и переносного. Для творческой практики имажинистов характерен эпатаж, анархические мотивы.

Интериориза́ция (от фр. intériorisation – переход извне внутрь и лат. interior – внутренний) – формирование внутренних структур человеческой психики посредством усвоения внешней социальной деятельности, присвоения жизненного опыта, становления психических функций и развития в целом. Любое сложное действие, прежде чем стать достоянием разума, должно быть реализовано вовне. Благодаря интериоризации мы можем говорить про себя и собственно думать, не мешая окружающим.

Кластер – группа территорий, объединенная по каким-либо признакам.

**Когнитивная система** – система познания человека, сложившаяся в его сознании в результате становления его характера, воспитания, обучения, наблюдения и размышления об окружающем мире. На основе этой системы человек ставит себе цели и принимает решения о том, как

надо действовать в той или иной ситуации, стараясь избежать когнитивного диссонанса. В основе когнитивной системы лежит взаимодействие мышления, сознания, памяти и языка; носителем такой системы является мозг человека.

Когнитивный – познавательный (см. Когнитивная система).

**Кулибин**, Иван Петрович (1735–1818) механик-изобретатель из мещан, прозванный «нижегородским Архимедом». Иван Кулибин родился в семье мелкого торговца в селении Подновье Нижегородского уезда. С годами имя изобретателя стало в России нарицательным. Кулибиными, называют любителей и умельцев что-то самостоятельно переделать или улучшить в машинах и механизмах.

**Культурная география** — направление социально-экономической географии, изучающее пространственные культурные различия и территориальное распределение культур.

**Культурный ландшафт** — земное пространство, включающее все присущие ему природные и антропогенные компоненты. Культурный ландшафт формируется в результате сознательной, целенаправленной деятельности человека для удовлетворения тех или иных практических потребностей.

**Локалитет** – ограниченный участок территории, обладающий определенным набором свойств, делающих его привлекательным для целей туризма (например, камень Ветлан и прилегающий к нему берег Вишеры).

**Месторазвитие** (этническое месторазвитие) – уникальное сочетание ландшафтов, в котором образовался этнос.

**Нейминг** (англ. naming) – процесс разработки названия бренда для компании, товара или услуги, важнейшая часть маркетинговой стратегии компании, неотъемлемая часть позиционирования бренда.

**Палимпсе́ст** (греч. παλίμψηστον, от πάλιν – опять и ψηστός – соскобленный, лат. Codex rescriptus) – в древности так обозначалась рукопись, написанная на пергаменте, уже бывшем в подобном употреблении. В рамках мифогеографии – это множество разветвляющихся семиологических систем, поставленных в соответствие каждому конкретному месту.

Пассионарии – в пассионарной теории этногенеза люди, обладающие врожденной способностью абсорбировать из внешней среды энергии больше, чем это требуется только для личного и видового самосохранения, и выдавать эту энергию в виде целенаправленной работы по видоизменению окружающей их среды. Судят о повышенной пассионарности того или иного человека по характеристике его поведения и психики (термин введен Л. Н. Гумилевым).

Пассионарность (от фран. passioner – увлекаться, разжигать страсть) – избыток «биохимической энергии» живого вещества, порождающий жертвенность, часто ради высоких целей. Пассионарность – это непреодолимое внутреннее стремление к деятельности, направленной на изменение своей жизни, окружающей обстановки, статуса-кво. Деятельность эта представляется пассионарной особи ценнее даже собственной жизни, а тем более жизни, счастья современников и соплеменников. Она не имеет отношения к этике, одинаково легко порождает подвиги и преступления, творчество и разрушение, благо и зло, исключая только равнодушие; она не делает человека героем, ведущим толпу, ибо большинство пассионариев находятся в составе толпы, определяя ее потентность в ту или иную эпоху развития этноса.

**Обсессия** (лат. Obsessio – «осада», «охватывание») – синдром, представляющий собой периодически, через неопределенные промежутки времени, возникающие у человека: навязчивые нежелательные непроизвольные мысли, идеи или представления.

**Релевантность** (лат. *Relevo* — поднимать, облегчать) в информационном поиске — семантическое соответствие поискового запроса и поискового образа документа. В более общем смысле, одно из наиболее близких понятию качества *«релевантности»* — *«адекватность»*, то есть не только оценка степени соответствия, но и степени *практической применимости* результата, а также степени *социальной применимости* варианта решения задачи.

**Семиозис** – (др.-греч. σημείωσις, «обозначение») – термин, принятый в семиотике; обозначает *процесс интерпретации знака*, или процесс порождения значения.

Семиотика – или семиоло́гия (греч. σημειωτική, от др.-греч. σημείον – «знак, признак»), – наука, исследующая свойства знаков и знаковых систем

Стереотип поведения этноса — определенная система взаимоотношений между коллективом и индивидом; индивидов между собой; внутриэтнических групп между собой; между этносом и внутриэтническими группами. Стереотип поведения также включает навыки адаптации в ландшафте и нормы отношения к иноплеменникам. В гомеостатических этносах стереотип поведения стабилен и передается из поколения в поколение почти без изменений.

Туристский кластер — это сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с индустрией туризма и рекреационными услугами.

**Туристский продукт** – комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристского путешествия.

Этногенез (от греч. ἔθνος, «племя, народ» и γένεσις, «происхождение») – это процесс сложения этнической общности (этноса) на базе различных этнических компонентов.

Этнос — естественно сложившийся на основе оригинального стереотипа поведения коллектив людей, существующий как системная целостность (структура), противопоставляющая себя всем другим коллективам, исходя из ощущения комплементарности, и формирующая общую для всех своих представителей этническую традицию. (определение из теории этногенеза Л. Н. Гумилева). Этнос является одним из видов этнических систем — всегда входит в состав суперэтносов — и состоит из субэтносов, конвиксий и консорций.

## Научное издание

# Павел Сергеевич Ширинкин

# ТУРИСТСКОЕ ЛЕГЕНДИРОВАНИЕ:

региональные аспекты (Пермский край)

Учебное пособие

Подписано в печать 22.12.2014 г. Заказ № 36/2014. Формат А5. Гарнитура Times New Roman. Усл. печ. л. 16,25. Тираж 150 экз.

Отпечатано в типографии «Новопринт». Адрес: 614025, г. Пермь, ул. Пихтовая, 37.