



<https://doi.org/10.37892/2713-2951-4-24-69-96>

ЯЗЫКОВОЙ ЛАНДШАФТ ПЕШЕХОДНЫХ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ САРАНСКА

УДК 81'27

Ираида А. Пакшина 

Научный центр
социально-
экономического
мониторинга,

Российская Федерация

Елена Н. Маскаева 

Научный центр
социально-
экономического
мониторинга,

Российская Федерация

Аннотация

В статье приводятся результаты анализа языкового ландшафта пешеходных туристских маршрутов города Саранска, пролегающих к историческому центру столицы Мордовии. Задача исследования заключалась в выявлении степени представленности визуальных языковых единиц на улицах города.

На основании собранных материалов можно констатировать, что Саранск презентует себя как административный, деловой и торговый центр. В ходе проведенного анализа было установлено доминирование русского языка в языковом ландшафте Саранска. Единственный иностранный язык, который зафиксирован в городской среде, — это английский. Англицизмы в основном представлены в комбинации с русскими словами; их использование, вероятно, является маркетинговой стратегией. Выявлено недостаточное присутствие в городском пространстве мордовских (мокшанского и/или эрзянского) языков. Визуальная представленность миноритарных языков обусловлена протекционистской политикой органов государственной власти Республики Мордовия, направленной на сохранение и развитие национальных языков.

По мнению исследователей, для повышения туристской привлекательности региона следует преодолеть monoязычную визуализацию текстов на пешеходных маршрутах и расширить применение мордовских языков на объектах городской инфраструктуры. Целесообразным является проведение сравнительных исследований в других городах полиглоссичных регионов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: языковой ландшафт, визуальные знаки, русский язык, мордовские (мокшанский и эрзянский) языки, английский язык, пешеходные туристские маршруты, Саранск



<https://doi.org/10.37892/2713-2951-4-24-69-96>

THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF SARANSK WALKING ROUTES

UDC 81 27

Iraida A. Pakshina 
Moscow City University,
Russian Federation

Elena N. Maskaeva 
Moscow City University,
Russian Federation

Abstract

This article presents the results of an analysis of the linguistic landscape along pedestrian tourist routes in the city of Saransk leading to the historical center of the capital of the Republic of Mordovia. The objective of the study was to determine the degree of representation of visual linguistic units in the city's streetscape.

Based on the collected data, it can be concluded that Saransk presents itself primarily as an administrative, business, and commercial center. The analysis revealed the dominance of the Russian language in the linguistic landscape of Saransk. The only foreign language attested in the urban environment is English. Anglicisms are predominantly used in combination with Russian words; their presence is likely motivated by marketing strategies. At the same time, the visibility of the Mordovian languages (Moksha and/or Erzya) in the urban space is insufficient. The visual representation of these minority languages is largely обусловлена a protectionist language policy pursued by the state authorities of the Republic of Mordovia, aimed at preserving and promoting national languages.

According to the researchers, increasing the tourist attractiveness of the region requires overcoming the monolingual visual representation of texts along pedestrian routes and expanding the use of the Mordovian languages in urban infrastructure. Conducting comparative studies in other cities of multiethnic regions is also considered advisable.

KEYWORDS: linguistic landscape, visual signs, Russian, Mordovian (Moksha and Erzya) languages, English, walking routes, Saransk

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0).

© Iraida A. Pakshina, Elena N. Maskaeva, 2025



1 | Введение

В последние годы наиболее перспективным и динамично развивающимся видом внутреннего туризма становятся пешеходные туристские маршруты. Своеобразие и уникальность городского пространства постигается наилучшим образом в самостоятельных пеших прогулках, несомненным преимуществом которых является независимое визуальное восприятие, возможность контакта с местными жителями и знакомство с их повседневной жизнью. Глубокая погруженность в мельчайшие визуальные и вербальные элементы городской среды во время самостоятельных пеших прогулок обуславливает значимость визуально воспринимаемых знаков и языка, которые, по мнению С. Лоу, «выступают основным компонентом понимания смысла и использования пространства» [Лоу, 2024: 356].

В настоящее время отмечается рост числа эмпирических исследований визуально наблюдаемого языка, проводимых в рамках изучения языкового ландшафта города, в которых «лингвистика используется как набор (вспомогательных) методов для получения данных не о языке, а о процессах, происходящих в обществе и отдельных его группах» [Кирилина, 2020: 50]. К перспективным направлениям исследований лингвистического ландшафта Т. А. Голикова относит «изучение восприятия городского лингвистического ландшафта а) жителями, б) туристами, в) временно работающими иностранцами и другими группами населения» [Голикова, 2020: 164].

В условиях сложившейся конкуренции на рынке туристских услуг любые элементы городского пространства, даже многоязычные указатели, благоприятствуют созданию позитивного восприятия туристской дестинации. Созерцание и понимание туристами многоязычных уличных указателей помогает улучшить их впечатления от города [Yan et al., 2014]. Российский исследователь Е. Д. Малёнова подчеркивает, что «качественный перевод наименований объектов городской топонимики является существенным фактором, способствующим эффективному конструированию мультиязычного лингвистического ландшафта и формированию положительного имиджа территории» [Малёнова, 2021: 100].

Важно указать, что при развитости российских исследований об особенностях городского туризма отмечается недостаточное рассмотрение темы, связанной с изучением языкового ландшафта туристских дестинаций. Возросшая актуальность подобного рода исследований обусловлена их способностью отражать уникальность места, языковое разнообразие, позиционирование территории, а также ценности, транслируемые городским



сообществом. Данные обстоятельства определили цель статьи — изучение языкового ландшафта пешеходных туристских маршрутов города Саранска.

2 | Обзор научных дискуссий

Обращение к актуальным вопросам развития туризма в городах началось в конце XX в., несмотря на то что путешествия по городам на протяжении многих веков были частью цивилизационного развития через осуществление торговых визитов и посещение разнообразных фестивалей [Law, 1992]. В настоящее время город рассматривается и как место, где происходит рост отраслей, основанных на услугах, используются новые экономические возможности, внедряются инновации [Pratt, 2017], и как место отдыха и досуга, «машина развлечений» [Clarke, 2004], территория, привлекающая креативные классы [Флорида, 2007]. Увеличение количества исследований городского туризма обусловлено двумя обстоятельствами: «растущим спросом туристов на городские исторические достопримечательности и города культурного наследия, а также согласованными усилиями политиков на понимании роли туризма в возрождении городских территорий и экономики» [Chang at al., 2004: 223–224]. Городской туризм способствует привлечению не только большого числа путешественников, но и дополнительных средств, которые «могло вложить в развитие городской среды и инфраструктуры, сделав города комфортнее для их жителей и привлекательнее для туристов» [Шумков, 2024: 205].

В последние десятилетия наиболее популярными объектами городского туризма в России стали города-миллионники, города-курорты, малые города России с богатой историей и архитектурой, в основном расположенные в Центральном федеральном округе [Мутавчи и др., 2017; Шумков, 2024]. Возросший интерес к городу как объекту туристской дестинации отмечается и в Мордовии, которая, «не имея в своем арсенале значимых природных ресурсов, делает ставку в развитии региона на туризм» [Калабкина и др., 2024: 127]. На основе исследования локальных туристских центров, сформировавшихся на территории Республики Мордовия, М. А. Жулина, В. М. Кицис выявили ведущую роль Саранко-Рузаевского туристского кластера, характеризующегося сложной и диверсифицированной структурой [Жулина и др., 2016]. Саранск специализируется на развитии культурно-познавательного [Пакшина и др., 2023], религиозного [Нехаева, 2019], делового [Жулина и др., 2016], промышленного [Жулина и др., 2022], спортивного [Жулина, Кицис, 2016], семейного и детского [Сарайкина и др., 2017], молодежного и студенческого [Зайцева, Красильникова,



2023], гастрономического [Перепелкин, 2019; Мaskaева, 2022] туризма, а также на новом и перспективном виде туризма — креативном туризме [Калабкина, Пониматкина, 2022].

В современных исследованиях, посвящённых изучению туристической сферы, сформировались концепции медленного туризма и мягкой мобильности, позволяющие по-новому взглянуть на туристскую дестинацию. Медленная мобильность является инструментом для продвижения альтернативного поведения, включающего самостоятельное посещение новых территорий путешествия по ним [Fistola et al., 2018]. Медленный туризм предполагает взаимодействие путешественников с местом назначения без привычной суеты, знакомство с региональной кухней и рынками, общение с местными жителями и прогулки в неторопливом темпе. Отмечается туристский спрос на получение эмоций и ощущений от самостоятельных перемещений по культурным и историческим местам [Fistola et al., 2018].

Мягкая мобильность включает в себя любой немоторизованный транспорт (движение с помощью человеческой силы), к ней относятся пешеходные, велосипедные, роликовые и скейтбордные перемещения [La Rocca, 2010]. Исследователи рассматривают мягкую мобильность как новый образ жизни, направленный на улучшение окружающей среды и городской жизнедеятельности [La Rocca, 2010]. Она способствует формированию осознанного подхода к путешествиям, предлагая более значимую и устойчивую форму туризма [Fistola et al., 2018].

Неотъемлемая часть городского туризма — это пешие прогулки. Они представляют собой дешевый и доступный вид передвижения, не требующий наличия развитой инфраструктуры. Ходьба является идеальным способом погружения в атмосферу города, а пешеходные городские зоны — источником запоминающихся впечатлений [Anton Clavé, 2019; Somoza et al., 2023]. Пешеходная доступность места назначения — важная часть туристического и развлекательного опыта [Калабкина и др., 2024]. Знакомство с городами осуществляется пешеходами на улицах. Изучение городского пространства раскрывает социальные, экономические и культурные особенности местности, а улица как нить, связывающая здания, обеспечивает взаимодействие и передвижение людей, товаров и услуг, скрывая места для активного отдыха [Bahendwa et al., 2019].

По мнению испанских исследователей, ходьба для путешественников становится культурным актом, формирующим три уровня знания:

1) обучение, являющееся результатом встречи с тем, что находится в поле зрения (накапливается и воспринимается информация, которая была предварительно отобрана и подготовлена к просмотру);



2) открытие того, что не было явным (новое место раскрывается с неожиданной стороны);

3) развитие критического мышления (сопоставляются увиденное и декларируемое) [Somoza et al., 2023].

Отметим, что в последние годы развитие пешеходных туристских маршрутов приобретает большую популярность, поскольку этот вид туризма не подвержен сезонным колебаниям.

Практика пешего туризма показала необходимость доступности и безопасности общественных пространств, которые должны позволять гостям и жителям перемещаться по городу, не теряясь в нем [Coëffé, 2010; Калабкина и др., 2024]. К одному из ключевых элементов пешеходных маршрутов относится наличие вывесок и указателей, которые служат для туристов ориентирами в незнакомом месте. Кроме того, путешественникам важен не просто факт информирования, а наличие вдоль пути маршрута оригинальных сведений, подчеркивающих преимущество территории.

Так, например, исследование языкового ландшафта в Китае выявило увеличение представленности языков по мере развития туризма. Доминирующее положение занимают стандартизованные китайские иероглифы, несколько реже — традиционные китайские иероглифы и англицизмы. На создание официальных стандартизованных указателей в основном влияют требования местных властей, а на создание частных — коммерческая выгода [Lu et al., 2020].

В ходе анализа языкового ландшафта Израиля была установлена представленность в общественных пространствах не всего этноязыкового разнообразия, а только тех языковых ресурсов, которые люди и организации используют в общественной сфере. В еврейских общинах преобладают знаки на иврите и английском, в израильско-палестинских общинах — на арабском и иврите, в Восточном Иерусалиме — на арабском и английском. Данное обстоятельство ученые объясняют воздействием трех факторов: рациональных соображений, фокусирующихся на ожидаемой привлекательности знаков, стремления выразить свою идентичность и рекомендаций властных структур [Ben-Rafael et al., 2006].

Россия — многоязычное полигэтническое государство, что детерминирует необходимость изучения лингвистического ландшафта его территории. Российскими учеными проведена большая работа по фиксации и накоплению эмпирического материала, результаты которых коррелируются с выводами зарубежных исследователей.



Отличительной особенностью лингвистических исследований является разнообразие подходов [Голикова, 2020; Габдрахманова, 2023] и мультиаспектность изучения [Ян и др., 2024] языкового ландшафта российских городов. По мнению ученых, с помощью письменной визуализации транслируется идентичность жителей [Разумов, 2020]. Анализ языкового ландшафта городов полигэтнических регионов: Казань (Республика Татарстан) [Габдрахманова и др., 2016], Чебоксары, Канаш, Цивильск, Ядрин (Чувашская Республика) [Алос-и-Фонт, 2019], Уфа (Республика Башкортостан) [Пешкова, 2019], Улан-Удэ (Республика Бурятия) [Иванов, 2023], Кызыл (Республика Тыва) [Донгак, 2024], Якутск (Республика Саха (Якутия) [Манчурина, 2024б] и др.) — установил превалирование визуальной представленности русского над языками титульных этносов. По мнению В. В. Барановой и К. С. Федоровой, выявленная исследователями «неполная презентация иных языков, помимо русского... отражает и закрепляет неравенство, существующее между носителями этих языков и русскоязычного монолингвального большинства» [Баранова и др., 2020: 626]. Учеными показана ведущая роль органов государственной власти при формировании языкового ландшафта территорий [Чугаева и др., 2023].

В настоящее время в научных статьях, посвященных данной тематике, наметилась тенденция к обобщению полученного массива данных [Габдрахманова, 2023; Манчурина, 2024а; Ян и др., 2024]. Анализируя и систематизируя динамику научных идей, полученных исследователями языковых ландшафтов городов России, Г. Ф. Габдрахманова выделяет сложившиеся в научном сообществе социогуманитарные направления изучения визуально наблюдаемого языка городов [Габдрахманова, 2023]:

- анализ языковой политики в отношении миноритарных языков;
- проникновение иностранных языков в языковой ландшафт городов;
- изучение процесса переименования названий улиц, районов и городских объектов;
- анализ стратегии номинации и столкновение интересов различных агентов — федеральной и региональных властей, руководителей предприятий, бизнеса, девелоперов, общественных организаций и простых жителей;
- презентация мигрантов в городе;
- сравнение языкового ландшафта городов.

Отметим, что наряду с обобщающими статьями стали публиковаться результаты исследований, в которых языковый ландшафт изучается не в целом, а лишь некоторые, на первый взгляд незначительные аспекты функционирования «текста города», но при внимательном рассмотрении подчеркивающие его уникальность и своеобразие. В данном



контексте выделяются нетипичные исследования языкового ландшафта города, в которых рассматриваются проявления лингвистической креативности в наименованиях коммерческих объектов: Москва [Матюшина, 2024]; Санкт-Петербург (Россия), Krakow (Польша), Таллин, Тарту, Элва и Тырва (Эстония) [Чуйкина и др., 2022]), коммуникативные неудачи в тексте уличных объявлений (г. Новосибирск) [Бармина и др., 2023], языковая биография города (г. Анадырь Чукотского автономного округа) [Биткеева и др., 2023], репрезентация в реальном и виртуальном пространствах (г. Кызыл Республики Тыва) [Донгак, 2024] и др.

Несмотря на значительное количество и многоаспектность исследований языкового ландшафта города, в российской науке (в отличие от зарубежной) отмечается незначительное число работ (см., например, статьи А. Ю. Башмаковой [Башмакова, 2020]; Е. Д. Малёновой [Малёнова, 2021]; И. М. Калабкиной, М. А. Жулиной [Калабкина и др., 2024]), в которых языковой ландшафт рассматривается как средство повышения туристской привлекательности локальной территории и оценивается как ресурс развития туризма. Данное обстоятельство обуславливает актуальность исследования языкового ландшафта туристских дестинаций, так как, согласно сложившемуся в научном сообществе мнению, в создании значимости места ключевая роль отводится текстовому содержанию, в котором отражается неявно выраженный смысл, связывающий социальную среду и место.

3 | Методология исследования

Методология настоящего исследования опирается на подходы, прошедшие апробацию и изложенные в работах Э. Алос-и-Фонта [Алос-и-Фонт, 2019], А. Павленко [Павленко, 2017], Т. А. Голиковой [Голикова, 2020], Г. Ф. Габдрахмановой [Габдрахманова, 2023]. В отечественной науке сформировалась единая количественная методика сбора эмпирического материала. Для получения первичных данных ученые используют методы «наблюдения, совершаемые во время прогулок по городу, и фотофиксации вывесок» [Габдрахманова, 2023: 76]. Для соблюдения репрезентативности фиксация материала может быть «либо выборочной, согласно точным критериям, соответствующим целям исследования, либо полной/сплошной» [Голикова, 2020: 159].

При классификации собранного эмпирического материала за основу взяты порядок систематизации и группировка знаков, предложенные Э. Алос-и-Фонтом [Алос-и-Фонт, 2019], А. Павленко [Павленко, 2017], Р. Т. Садуовым [Садуов, 2020]. Классификация знаков на группы не стандартизована, осуществляется исследователями в зависимости от цели исследования [Голикова, 2020]. В данном исследовании в отличие от изучения языкового



ландшафта городского пространства в целом внимание акцентируется на изучении визуального восприятия города с точки зрения туристов, которые во время пешей прогулки обращают внимание не только на вывески и указатели, но и на все объекты городской инфраструктуры, попадающие в их поле зрения. Поэтому авторами статьи при классификации собранного материала была выделена отдельная группа, в которой фиксировались носители визуального контента.

Исследование представленности текстов на городских улицах, включенных в пешеходные туристские маршруты Саранска, проводилось в несколько этапов.

В первую очередь были определены направления движения в городе. За основу были взяты экскурсионные туристские маршруты по Саранску, разработанные и предоставленные Туристско-информационным центром Республики Мордовия. В статье приводятся расчетные данные, полученные в ходе анализа двух пешеходных маршрутов по центральным улицам города.

На следующем этапе осуществлялся сбор первичной информации с помощью сплошной фотофиксации всех визуальных знаков, содержащих текстовую информацию. Он проводился в апреле и августе 2024 г. Исследователи исключили из рассмотрения период (май — июнь), когда коммуникативное городское пространство трансформируется в сторону преобладания визуальных знаковых систем, сопровождающих череду праздничных мероприятий. В ходе работы было сделано 1 250 фотографий, исследовательский материал составил корпус из 1 766 визуальных единиц анализа.

На этапе систематизации все фотографии были классифицированы по следующим группам, предложенным авторами статьи:

— вид носителя (государственная или муниципальная организация; негосударственное предприятие; спортивное учреждение; учреждение культуры; жилое здание; торговый центр или магазин; точка общепита (кафе, ресторан, пиццерия и др.); историческое здание; религиозное учреждение; гостиница; остановка общественного транспорта; дорожный указатель; информационная стойка и др.);

— носитель текстовой информации (фасадная вывеска; вывеска с указанием названия учреждения и режима работы; адресная табличка; мемориальная доска; информационная табличка, бегущая строка; реклама; афиша; плакат, лозунг; мурал; граффити; частное объявление, распечатанное на принтере или написанное от руки, и др.);



- тип надписи (официальная (адресная табличка, дорожный указатель, информационная табличка, мемориальная доска, QR-код), коммерческая (вывеска, афиша, билборд, реклама), неофициальная (частное объявление));
- используемые языки и их комбинации (русский, мордовские (мокшанский и/или эрзянский), татарский, английский, французский, китайский).

Для оценки полноты дублирования информации на многоязычных вывесках была использована классификация типов переводов М. Реха: дупликативный (идентичные тексты на всех языках), фрагментарный (переведена часть текста), пересекающийся (имеется общая часть и часть с разной информацией) и комплементарный (тексты на разных языках дают разную информацию) [цит. по: Манчурина, 2024а].

Обработка заполненных электронных таблиц проводилась авторами в программе SPSS Statistics 21.

4 | Результаты исследования

В настоящее время большое количество городов конкурирует за привлечение внимания со стороны приезжих, Саранск не стал исключением. Одним из способов презентации самобытности и уникальности Республики Мордовия становится проектирование, а также внедрение туристских маршрутов. В настоящее время для региона «развитие пешего туризма – это фундамент для возрождения различных видов регионального туризма и продвижения туристского имиджа дестинации» [Калабкина и др., 2024: 133]. Обратим внимание, что Мордовия входит в число пилотных субъектов по развитию пешеходного туризма [Калабкина и др., 2024: 131]. На базе Туристско-информационного центра, созданного в Саранске с целью продвижения региональных туристских продуктов, разработаны два маршрута (основной и сокращенный), которые проходят по центральной части города (рис. 1).

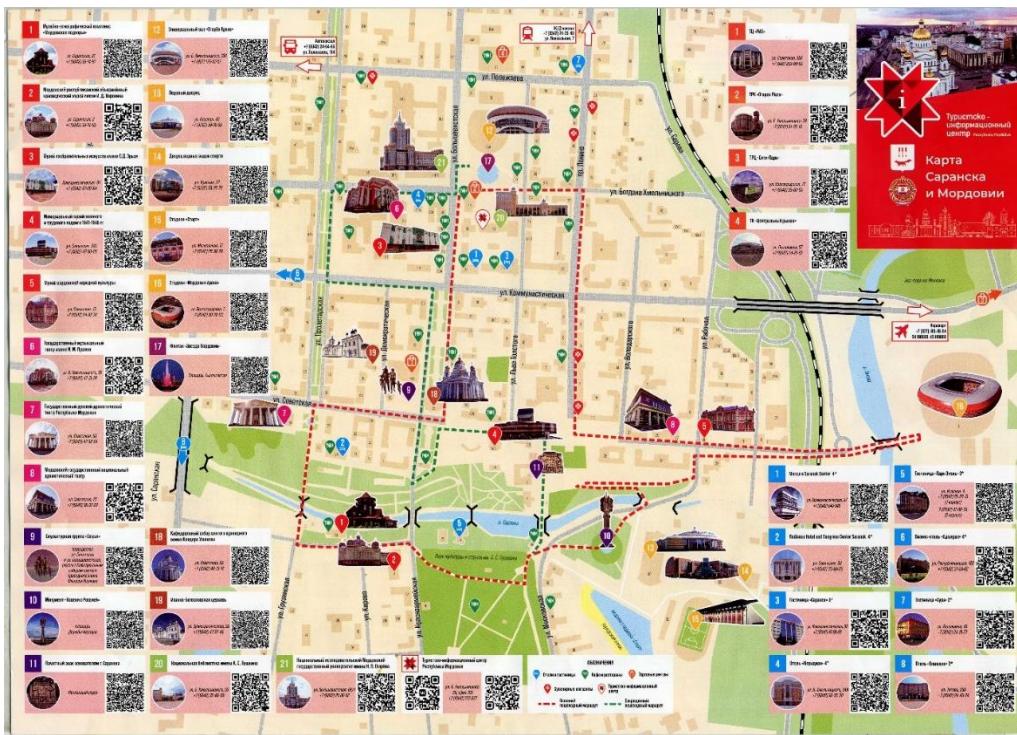


Рис. 1. Схема пешеходных туристских маршрутов Саранска

Сокращенная тропа стартует от Площади Тысячелетия и заканчивается у входа в парк им. А. С. Пушкина. Отправная и конечная точки основного маршрута — Площадь Тысячелетия. Оба маршрута охватывают административные, культурные и спортивные объекты, памятники архитектуры, торгово-развлекательные комплексы, кафе, рестораны. Обзорные прогулки по городским улицам позволяют гостям и жителям города увидеть интересные локации, познакомиться с достопримечательностями Саранска. Пешеходные маршруты оборудованы дорожными указателями и информационными стойками, содержащими подробные сведения о Мордовии.

На всех зданиях, расположенных по пути следования по маршрутам, имеются различные виды наружных вывесок. Наибольшее их количество расположено на учреждениях негосударственной формы собственности (17,2 %) и торговых центрах, магазинах (13,4 %), мобильных точках продажи еды и напитков (10,0 %), кафе и ресторанах (8,9 %). Городская инфраструктура, содержащая текстовую информацию, представляет интерес как для горожан, так и для приезжих. Тип надписей — преимущественно официальный или коммерческий. В ходе исследования было выявлено, что текстовые надписи размещены на объектах, ориентированных на привлечение посетителей и стремящихся выделиться в городском пространстве.

Достоинством пешеходных маршрутов является информационное текстовое сопровождение. На всем их протяжении расставлены информационные стойки (5,9 %) и

дорожные указатели (5,0 %) (рис. 2). В то же время зафиксирована недостаточная представленность визуально воспринимаемой информации на привлекательных для туристов элементах городской инфраструктуры, знакомящей с культурой и традициями Мордовии (культурные (4,0 %), спортивные (1,8 %) и религиозные (0,9 %) учреждения, арт-объекты (2,4 %), памятники (1,9 %), исторические здания (1,5 %)).



**Рис. 2. Информационная стойка и дорожный указатель, Площадь Тысячелетия**

Часто используемыми носителями текстовой информации являются информационные таблички (27,9 %), фасадные вывески (23,0 %) и уличные рекламные баннеры (16,9 %), которые благодаря своим размерам становятся визуальными доминантами в городском пространстве. Входные группы организаций и учреждений снабжены вывесками (10,8 %), содержащими официальное название учреждения, режим работы и другую справочную информацию. Несмотря на обилие вывесок и табличек, в городе в поле зрения пешеходов попадаются и частные объявления, распечатанные на принтере или написанные от руки (4,4 %). В общем массиве надписей незначительную долю занимают служащие ориентиром для путешественников адресные таблички (3,3 %) и дорожные указатели (1,5 %), подготовленные к проведению матчей Чемпионата мира по футболу 2018 г. Следует отметить неполноту текстовой информации на мемориальных досках, памятниках (3,0 %) и арт-объектах (2,3 %).

В ходе исследования обнаружено, что вывески, имеющие официальный характер, чаще всего выполнены на русском, английском и мордовских языках; коммерческие — на русском и английском; неофициальные — на русском.

Согласно результатам исследования, в общественных пространствах, расположенных на пешеходных туристских маршрутах Саранска, доминирует русский язык. На нем написано большинство зафиксированных визуальных символов и текстов (77,7 %). Выявлена незначительная доля двуязычных и трехъязычных надписей (Таблица 1).

Таблица 1. Представленность языков

Языки и их комбинации	%
<i>Народов Российской Федерации</i>	
Русский	77,7
Мордовские (мокшанский и эрзянский)	0,6
Русский и мордовские (мокшанский и эрзянский)	1,8
Русский и татарский	0,1
Татарский	0,0
Мордовские и татарский	0,0
Русский, мордовские и татарский	0,0
<i>Иностранные</i>	
Английский	6,2
<i>Совместное использование языков народов Российской Федерации и иностранных</i>	
Русский и английский	11,4
Русский, мордовские и английский	2,0
Русский и китайский	0,1
Русский, английский, французский	0,2

В языковом ландшафте города представлен только один иностранный язык — английский (6,2 %), преимущественно в сочетании с русским (11,4 %). С использованием двуязычных (русско-английских) текстов оформлена информация коммерческого (точки общепита — 16,9 %, негосударственные предприятия — 15,9 %, торговые центры, магазины — 14,9 %) и справочного (дорожные указатели — 10,3 % и информационные стойки — 8,7 %) характера.

Согласно данным исследования, большая часть (61,0 %) двуязычных надписей (на русском и английском языках) состоит из словесных знаков, являющихся элементами фирменного стиля торговой марки (рис. 3). Следует отметить, что в развитии туризма и гостеприимства английский язык выполняет важную коммуникативную функцию. Исторически так сложилось, что английский язык используется в международном сотрудничестве, дипломатии, бизнесе, туризме и других сферах. В странах, ориентированных на развитие внешнего и внутреннего туризма, вывески, указатели, надписи, информационные таблички, как правило, дублируются на английском языке [Ben-Rafael et al., 2006; Lu et al., 2020]. Кроме того, присутствие англицизмов в городском языковом ландшафте во многом обуславливается наличием торговых предприятий, для которых визуальная идентификация бренда, обеспечивающая устойчивые ассоциации с товарным знаком, является значимой составляющей успешного бизнеса. По нашему мнению, наличие англицизмов на пешеходных туристских маршрутах облегчает коммуникацию, подчеркивает конкурентное преимущество территории, способствует росту ее туристской привлекательности и, как следствие, увеличению доходов в региональный бюджет.



Рис. 3. Фирменный стиль торговой марки на русском и английском языках, ул. Советская, 55а

Анализ языкового ландшафта главного города Мордовии свидетельствует о недостаточной демонстрации этноязыкового разнообразия территории. Несмотря на то, что

Саранск является столицей полигэтничного региона, надписи на мордовских языках крайне мало представлены на улицах, входящих в пешеходные туристские маршруты (0,6 %). Тексты только на мокшанском и/или эрзянском языках встречались в единичных случаях (на арт-объектах и входных вывесках) (рис. 4 и 5).



Рис. 4. Надпись на арт-объекте на эрзянском языке, набережная Саранки



Рис. 5. Входная вывеска на мордовских языках, ул. Большевистская, 68/1

В соответствии с законодательством Республики Мордовия на фасадах зданий Саранска наблюдается параллельное использование трех языков (русского, мокшанского и эрзянского)¹⁸, имеющих в регионе статус государственных¹⁹. Русский и мордовские (мокшанский и эрзянский) языки чаще представлены на административных объектах городской инфраструктуры: на вывесках государственных учреждений (48,4 %), информационных табличках (29,0 %) и адресных указателях (9,7 %) (рис. 6 и 7). Это свидетельствует о целенаправленных усилиях, предпринимаемых органами власти по приобщению населения к присутствию и визуальной представленности мордовских языков в городском пространстве. Кроме того, многоязычные надписи демонстрируют этническую самобытность, выполняют функцию популяризации миноритарных языков и повышают туристскую привлекательности региона.

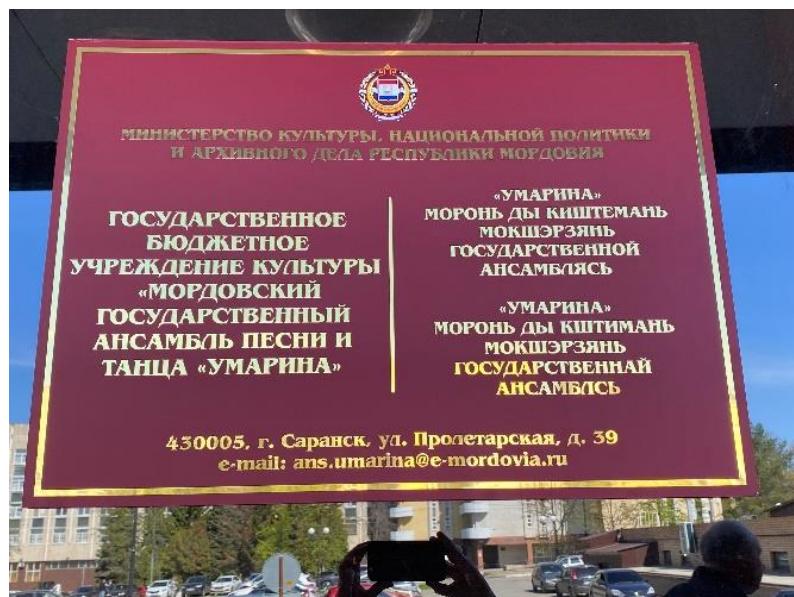


Рис. 6. Высека на государственном учреждении на русском и мордовских (мокшанском и эрзянском) языках, ул. Пролетарская, 39

¹⁸ См.: Постановление Правительства Республики Мордовия от 25 декабря 2023 года № 738 «Об утверждении государственной программы Республики Мордовия „Сохранение и развитие национальной культуры, государственных языков Республики Мордовия и других языков в Республике Мордовия“ и признании утратившими силу отдельных постановлений Правительства Республики Мордовия». Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/407018685> Дата обращения 15.01.2025.

¹⁹ См.: Ст. 3 Закона Республики Мордовия «О государственных языках Республики Мордовия» от 24 апреля 1998 г. Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&prevDoc=147019653&backlink=1&&nd=147003601> Дата обращения 15.01.2025.



Рис. 7. Информационная табличка на государственном учреждении на русском и мордовских (мокшанском и эрзянском) языках, ул. Коммунистическая, 61

Многоязычная информация (на русском, мордовских и английском языках) располагается на адресных табличках (рис. 8), а также на фудтраках (рис. 9). Яркий запоминающийся дизайн кафе-фургонов (оформлены в цветах мордовского флага, украшены символикой мокшан и эрзян) помогает им выделяться в городском ландшафте и привлекать внимание. В меню закусочных на колесах включены национальные блюда и напитки, название которых написаны на русском и мордовских языках.



Рис. 8. Адресная табличка на русском, мордовских и английском языках



Рис. 9. Надписи на фудтраке на русском, мордовских и английском языках, вход в парк им. А.С.Пушкина

На изучаемых маршрутах отсутствует визуальное представление татарского языка. Единственная лексема на татарском языке была выявлена на входной вывеске государственного учреждения.

Слова на французском и китайском языках фиксировались однократно на фасадных вывесках кафе и ресторана, специализирующихся на приготовлении блюд национальной кухни. Возможно, таким образом был сделан акцент на активизации интереса туристов и местных жителей к предприятиям питания.

Как показали результаты проведенного исследования, полный перевод с одного языка на другой зафиксирован на вывесках государственных учреждений. Они оформлены на русском и английском (45,0 %), русском, мордовских и английском (32,0 %), а также русском и мордовских (22,0 %) языках. Функционирование в публичном пространстве города полного дублирования на официальных вывесках текстов на русском и мордовских языках, возможно, связано с сохранением и развитием языковой идентичности и языкового разнообразия, а также популяризацией миноритарных языков. В визуальном пространстве города значительную долю (47,7 %) составляют названия торговых марок на языке оригинала (как правило, на английском и русском). Кроме того, англицизмы используются для ориентации по пешеходным маршрутам. Комплементарный перевод выявлен на информационных табличках,



выполненных на русском и английском языках (12,5 %). Это создает ситуацию, при которой человек, знающий эти языки, сталкивается с искажением информации. Фрагментарный и пересекающийся переводы отображены лишь на незначительном количестве вывесок (17 и 4 единицы визуальной информации соответственно из 264 зафиксированных типов многоязычных надписей).

5 | Выводы

Можно предположить, что на фоне активизации конкуренции территорий за внимание гостей Мордовии именно городской туризм может стать одним из источников развития туристической привлекательности Республики Мордовия. Прогулки по улицам дают возможность в спокойном режиме увидеть уникальность города, познакомиться с местным колоритом и национальной кухней, узнать реальную жизнь дестинации. В городском пространстве приобретает значимость текстового содержания визуальных символов, способствующих не только ориентации в пространстве, но и получению новой информации и впечатлений для формирования собственного туристического опыта.

Исследование пешеходных туристских маршрутов Саранска показало, что город позиционируется как административный, деловой и торговый центр. На его улицах доминируют фасадные вывески, расположенные над входом в негосударственные предприятия (гостиницы, банки, аптеки, парикмахерские, бизнес-центры и др.), уличные рекламные баннеры, информационные таблички. В городском пространстве визуально выделяются надписи на элементах инфраструктуры, представляющей интерес как для местных жителей, так и приезжих (торговых центрах, магазинах, кафе, ресторанах, фудтраках и т.д.).

Анализ языкового ландшафта пешеходных маршрутов Саранска показал доминирование в визуальной среде города русского языка. Английский — единственный используемый в городском пространстве иностранный язык. Англицизмы преимущественно располагаются с русскоязычными надписями. Выявлена формальность присутствия языков основных этнических групп региона (мокшан и эрзян) в культурно-языковом ландшафте города. Визуальная представленность миноритарных языков на туристических маршрутах обусловлена мероприятиями, направленными на их презентацию и популяризацию в рамках реализации государственной языковой политики Республики Мордовия. Многоязычные надписи в большинстве случаев содержат идентичную информацию на используемых языках.

Характер многоязычной коммуникации во многом определяется содержанием визуального сообщения. На русском, английском и мордовских языках выполнены адресные



таблички. Установлено, что русские и английские слова чаще всего используют учреждения, нацеленные на привлечение клиентов и получение прибыли. Проникновение англицизмов в языковой ландшафт пешеходного маршрута обусловлено коммуникативными (ориентация в городе) и коммерческими (визуальные элементы айдентики бренда) причинами.

Преимуществом пешеходных маршрутов является многоязычная публикация справочной информации на туристически ориентированных объектах и стандартизованных знаках, облегчающих навигацию в городе. В то же время было выявлено недостаточное количество письменных текстов на скульптурных сооружениях, представляющих интерес для путешественников.

На наш взгляд, для сохранения и популяризации национальных языков титульных этносов региона целесообразно расширить их представленность на объектах городской инфраструктуры, сфокусированных, в том числе, на привлечении внимания со стороны гостей и жителей республики. Визуальный акцент на этническом своеобразии способствует росту туристского интереса и активизации внутреннего туризма. Перспективным направлением будущих исследований в данном направлении может стать сравнительный анализ с исследованиями, проведенными на пешеходных туристских маршрутах в других городах полигэтнических регионов.

ЛИТЕРАТУРА

- Алос-и-Фонт Э. (2019) Письменное использование языков в социальном пространстве городов Чувашской Республики // Актуальные вопросы истории и культуры чувашского народа. Вып. 4. Чебоксары: Чувашский государственный институт гуманитарных наук. С. 153–182.
- Баранова В. В., Федорова К. С. (2020) Регулирование языкового ландшафта в российских городах: многоязычие и неравенство // Журнал исследований социальной политики. Т. 18. № 4. С. 625–640. DOI: 10.17323/727-0634-2020-18-4-625-640
- Бармина В. С., Лиханова Н. А. (2023) Коммуникативные неудачи в жанре уличного объявления: региональный аспект // Libri Magistri. № 3 (25). С. 43–56.
- Башимакова А. Ю. (2020) Лингвистический ландшафт: туристическая привлекательность Тюмени // Фундаментальные проблемы гуманитарных наук: опыт и перспективы развития исследовательских проектов РФФИ: материалы Всероссийской научной конференции с международным участием. Барнаул: Алтайский государственный педагогический университет. С. 203–206.
- Биткеева А. Н., Данилова Р. А. (2023) Языковая биография арктического города (материалы полевого исследования в городе Анадырь) // Социолингвистика. № 4 (16). С. 92–106. DOI: 10.37892/2713-2951-4-16-92-106
- Габдрахманова Г. Ф. (2023) Языковой ландшафт российского города: социогуманитарные подходы изучения // Социологические исследования. № 2. С. 72–82. DOI: 10.31857/S013216250021396-8
- Габдрахманова Г. Ф., Махмутов З. А., Сагдиева Э. А. (2016) Государственные языки Республики Татарстан в языковом ландшафте региона // Теоретические проблемы



этнической и кросс-культурной психологии: материалы V Международной научной конференции: в 2 т. Т. 1. Смоленск: Смоленский государственный университет. С. 76–79.

Голикова Т. А. (2020) Методология лингвокультурных исследований в России: аналитико-тематический обзор // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Философия. № 4 (54). С. 149–166. DOI: 10.26456/vtphilos/2020.4.149

Донгак Ч. Б. (2024) Языковой ландшафт города Кызыла в реальном и виртуальном пространствах // Мир науки, культуры, образования. № 3 (106). С. 385–388. DOI: 10.24412/1991-5497-2024-3106-385-388

Жулина М. А., Кицис В. М. (2016) Локальные туристские кластеры Республики Мордовия: формирование и функционирование // Современные проблемы сервиса и туризма. Т. 10. № 1. С. 75–82. DOI: 10.12737/17786

Жулина М. А., Кицис В. М., Сарайкина С. В. (2022) Промышленный туризм в Республике Мордовия: потенциал и векторы развития // Управленческий учет. № 9-1. С. 48–56. DOI: 10.25806/uu9-1202248-56

Зайцева Л. А., Красильникова Н. В. (2023) Молодежный и студенческий туризм как вектор развития турииндустрии и образования: опыт реализации программы на региональном уровне // Научный результат. Педагогика и психология образования. Т. 9. № 4. С. 18–26. DOI: 10.18413/2313-8971-2023-9-4-0-2

Иванов В. В. (2023) Перспективы изучения многоязычия в Республике Бурятия сквозь призму языкового ландшафта города Улан-Удэ // Социолингвистика. № 3 (15). С. 134–146. DOI: 10.37892/2713-2951-3-15-134-146

Калабкина И. М., Жулина М. А. (2024) Организация пешего туризма в Республике Мордовия // Сервис в России и за рубежом. Т. 18. № 1 (110). С. 127–135. DOI: 10.5281/zenodo.11177187

Калабкина И. М., Пониматкина Л. А. (2022) Ресурсы Республики Мордовия для организации креативного туризма // Вестник РМАТ. № 1. С. 105–111.

Кирилина А. В. (2020) Описание лингвистического ландшафта города: лингвистика и «что-то еще» или новое понимание языка? // Русский язык за рубежом. № 1. С. 49–55. DOI: 10.37632/PI.2020.278.1.009

Лоу С. (2024) Пространственное воплощение культуры: этнография пространства и места. М.: Новое литературное обозрение. 400 с.

Малёнова Е. Д. (2021) Перевод языковых средств конструирования городского лингвистического ландшафта как фактор формирования имиджа территории // Cross-Cultural Studies: Education and Science. Т. 6. № 2. С. 94–102. DOI: 10.24412/2470-1262-2021-2-94-102

Манчурина Л. Е. (2024) Обзор научной литературы по изучению лингвистического ландшафта // Языки народов Российской Федерации: функционирование и перевод: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Якутск: Национальная библиотека Республики Саха (Якутия). С. 76–83.

Манчурина Л. Е. (2024) Представленность языков в визуальных текстах г. Якутска // Северо-Восточный гуманитарный вестник. № 2 (47). С. 95–110. DOI: 10.25693/SVG.2024.47.2.008

Маскаева Е. Н. (2022) Выявление гастрономического бренда в Республике Мордовия // Дневник Алтайской школы политических исследований. № 38. С. 180–185.

Матюшина Н. В. (2024) Лингвистический креатив на улицах мегаполиса: опрос жителей г. Москвы // Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. № 3 (63). С. 73–85. DOI: 10.36622/2587-8085.2024.94.11.006

Мутавчи Е. П., Семенова Л. В. (2017) Городской туризм как драйвер экономики впечатлений // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. № 4. С. 4–12.



- Нехаева Н. Е. (2018) Религиозный туризм как перспективное направление культурного туризма в Республике Мордовия // Центр и периферия. № 1. С. 110–116.
- Павленко А. (2017) Языковые ландшафты и другие социолингвистические методы исследования русского языка за рубежом // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. Т. 21. № 3. С. 493–514. DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-3-493-514
- Пакшина И. А., Маскаева Е. Н., Лимкина Н. А., Калачина О. С., Курмышкина О. Н. (2023) Этнокультурные бренды Республики Мордовия: бюллетень Научного центра социально-экономического мониторинга. Саранск: Изд-во Мордов. гос. ун-та. 40 с.
- Перепелкин К. В. (2019) Перспективы развития гастрономического туризма в Республике Мордовия // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. Т. 15. № 1. С. 317–322.
- Пешкова Н. П. (2019) Лингвистический ландшафт как отражение процессов глобализации и национальной самоидентификации // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. Вып. 3 (819). С. 90–102.
- Разумов Р. В., Горяев С. О. (2020) Трансляция региональной идентичности в урбанизации российских городов: современное состояние // Вопросы ономастики. Т. 17. № 2. С. 201–219. DOI: 10.15826/vopr_onom.2020.17.2.024
- Садуов Р. Т. (2020) Полевое исследование культурно-языкового ландшафта в национальной республике: описание и обоснование проекта // Экология языка и коммуникативная практика. № 1. С. 23–29. DOI: 10.17516/2311-3499-098
- Сарайкина С. В., Емельянова Н. А., Нехаева Н. Е. (2017) Социальное значение детского туризма в регионе // Регионология. Т. 25. № 4 (101). С. 573–587.
- Флорида Р. (2007) Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика-XXI». 421 с.
- Чугаева В. С., Воскресенская И. В. (2023) Лингвистический ландшафт Новороссийска и Белгорода через призму рекламы, урбанизмов, эргонимов // Теория языка и межкультурная коммуникация. № 2 (49). С. 381–396.
- Чуйкина Н. В., Бусурина Е. В., Синдецкая Н. Б. (2022) Лингвокреативность в современном городском пространстве (на примере эстонских, русских и польских наименований) // Ежегодник финно-угорских исследований. Т. 16. № 1. С. 16–25. DOI: 10.35634/2224-9443-2022-16-1-16-25
- Шумков В. В. (2024) Мировой опыт и отечественные особенности развития современного городского туризма // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. № 3 (106). С. 200–210. DOI: 10.21295/2223-5639-2024-3-200-210
- Ян Л., Ли М., Лю Л. (2024) Обзор исследований языкового ландшафта в России // Политическая лингвистика. № 5 (107). С. 329–337.
- Anton Clavé S. (2019) Urban Tourism and Walkability // The Future of Tourism / E. Fayos-Solà, C. Cooper (eds.). Cham: Springer. P. 195–211. DOI: 10.1007/978-3-319-89941-1_10
- Bahendwa F., Rimisho H., Katama A. (2019) The Footprint of Walking and Street Activities to the Architecture of the Street: The Case of Dar es Salaam // Current Urban Studies. Vol. 7. No. 3. P. 321–340. DOI: 10.4236/cus.2019.73016
- Ben-Rafael E., Shohamy E., Hasan Amara M., Trumper-Hecht N. (2006) Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel // International Journal of Multilingualism. Vol. 3. Iss. 1. P. 7–30. DOI: 10.1080/14790710608668383
- Chang T. C., Huang S. (2004) Urban tourism: between the global and the local // A Companion to Tourism / A. A. Lew, C. M. Hall, A. M. Williams (eds.). Oxford: Blackwell Publishing Ltd. P. 223–234. DOI: 10.1002/9780470752272.ch18
- Clarke T. (Ed.) (2004) The City as an Entertainment Machine. Oxford: Elsevier.
- Coëffé V. (2010) Le tourisme, fabrique d'urbanité. Matériaux pour une théorie de l'urbain // Mondes du tourisme. No. 2. P. 57–69. DOI: 10.4000/tourisme.277



- Fistola R., La Rocca R. A. (2018) Slow Mobility and Cultural Tourism. Walking on Historical Paths // Smart Planning: Sustainability and Mobility in the Age of Change. Green Energy and Technology / R. Papa, R. Fistola, C. Gargiulo (eds.). Cham: Springer. P. 301–322. DOI: 10.1007/978-3-319-77682-8_18
- La Rocca R. (2010) Soft Mobility and Urban Transformation // TeMA — Journal of Land Use, Mobility and Environment. Vol. 2. DOI: 10.6092/1970-9870/125
- Law C. M. (1992) Urban Tourism and its Contribution to Economic Regeneration // Urban Studies. Vol. 29. No. ¾. P. 599–618. DOI: 10.1080/00420989220080581
- Lu S., Li G., Xu M. (2020) The linguistic landscape in rural destinations: A case study of Hongcun Village in China // Tourism Management. Vol. 77. DOI: 10.1016/j.tourman.2019.104005
- Pratt A. C. (2017) Innovation and the cultural economy // The Elgar Companion to Innovation and Knowledge Creation: a Multi-Disciplinary Approach / H. Batheldt, P. Cohendet, A. Henn, L. Simon (Eds.). London: Edward Elgar. P. 230–243. DOI: 10.4337/9781782548522
- Somoza M. X., Lois González R. C., Somoza M. M. (2023) Walking as a cultural act and a profit for the landscape. A case study in the Iberian Peninsula // GeoJournal. Vol. 88. P. 2171–2186. DOI: 10.1007/s10708-022-10745-x
- Yan L., Lee M. Y. (2014) Tourist Perceptions of the Multi-Linguistic Landscape in Macau // Journal of China Tourism Research. Vol. 10. No. 4. P. 432–447. DOI: 10.1080/19388160.2014.953658

REFERENCES

- Alos-i-Font, E. (2019) Pismennoe ispolzovanie yazykov v sotsialnom prostranstve gorodov Chuvashskoi Respubliki [Written Use of Languages in the Social Space of the Cities of the Chuvash Republic], in *Akтуальные вопросы истории и культуры чувашского народа. Выпуск 4* [Current Issues of History and Culture of the Chuvash People. Issue 4]. Cheboksary: Chuvash State Institute of Humanities, pp. 153–182. (In Russian).
- Anton Clavé, S. (2019) Urban Tourism and Walkability, in Fayos-Solà, E. and Cooper, C. (eds.) *The Future of Tourism*. Cham: Springer, pp. 137–149. https://doi.org/10.1007/978-3-319-89941-1_10
- Bahendwa, F., Rimisho, H. and Katama, A. (2019) The Footprint of Walking and Street Activities to the Architecture of the Street: The Case of Dar es Salaam, *Current Urban Studies*, 7, pp. 321–340. <https://doi.org/10.4236/cus.2019.73016>
- Baranova, V.V. and Fedorova, K.S. (2020) Regulirovanie yazykovogo landshafta v rossiiskikh gorodakh: mnogoyazychie i neravenstvo [Regulation of the Language Landscape in Russian Cities: Multilingualism and Inequality], *Zhurnal issledovanii sotsialnoi politiki* [The Journal of Social Policy Studies], 18(4), pp. 625–640. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2020-18-4-625-640> (In Russian).
- Barmina, V.S. and Lihanova, N.A. (2023) Kommunikativnye neudachi v zhanre ulichnogo obiavleniya: regionalnyi aspekt [Communication Failures in the Street Announcement Genre: A Regional Aspect], *Libri Magistri*, 3(25), pp. 43–56. (In Russian).
- Bashmakova, A.Iu. (2020) Lingvisticheskii landshaft: turisticheskaiia privlekatelnost Tiumeni [Linguistic Landscape: The Tourist Attraction of Tyumen], in *Fundamentalnye problemy gumanitarnykh nauk: opyt i perspektivy razvitiia issledovatel'skikh proektor RFFI: Materialy vserossiiskoi nauchnoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem (Barnaul, 24–26 sentiabria 2020 g.)* [Fundamental Problems of the Humanities: Experience and Prospects for the Development of Research Projects of the Russian Foundation for Basic Research: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference with International Participation (Barnaul, September 24–26, 2020)]. Barnaul: Altai State Pedagogical University, pp. 203–206. (In Russian).



- Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Hasan Amara, M. and Trumper-Hecht, N. (2006) Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel, *International Journal of Multilingualism*, 3(1), pp. 7–30. <https://doi.org/10.1080/14790710608668383>
- Bitkeeva, A.N. and Danilova, R.A. (2023) Iazykovaya biografiia arkticheskogo goroda (materialy polevogo issledovaniia v gorode Anadyr) [Language Biography of the Arctic City (Based on Field Research in Anadyr)], *Sotsiolingvistika* [Sociolinguistics], 4(16), pp. 92–106. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-4-16-92-106> (In Russian).
- Chang, T.C. and Huang, Sh. (2004) Urban Tourism: Between the Global and the Local, in Lew, A.A., Hall, C.M. and Williams, A.M. (eds.) *A Companion to Tourism*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, pp. 223–234. <https://doi.org/10.1002/9780470752272.ch18>
- Chugaeva, V.S. and Voskresenskaia, I.V. (2023) Lingvisticheskii landshaft Novorossiiska i Belgoroda cherez prizmu reklamy, urbanonimov, ergonomov [The Linguistic Landscape of Novorossiysk and Belgorod through Advertising, Urbanonyms, and Ergonims], *Teoriia iazyka i mezhkulturnaia kommunikatsiia* [Theory of Language and Intercultural Communication], 2(49), pp. 381–396. (In Russian).
- Chukina, N.V., Busurina, E.V. and Sindeckaia, N.B. (2022) Lingvokreativnost v sovremennom gorodskom prostranstve (na primere estonskikh, russkikh i polskikh naimenovanii) [Linguistic Creativity in the Modern Urban Environment (Estonian, Russian and Polish Examples)], *Ezhegodnik finno-ugorskikh issledovanii* [Yearbook of Finno-Ugric Studies], 16(1), pp. 16–25. <https://doi.org/10.35634/2224-9443-2022-16-1-16-25> (In Russian).
- Clarke, T. (ed.) (2004) *The City as an Entertainment Machine*. Available at: <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Ffaui.uchicago.edu%2FEM3.SS.doc&wdOrigin=BROWSELINK> [Accessed 17 December 2024].
- Coëffé, V. (2010) Le tourisme, fabrique durbanité. Matériaux pour une théorie de l'urbain [Tourism, a Fabric of Urbanity: Materials for a Theory of the Urban], *Mondes du tourisme* [Tourism Worlds], 2, pp. 57–69. <https://doi.org/10.4000/tourisme.277> (In French).
- Dongak, Ch.B. (2024) Iazykovoi landshaft goroda Kyzyla v realnom i virtualnom prostranstvakh [The Linguistic Landscape of the City of Kyzyl in Real and Virtual Spaces], *Mir nauki, kultury, obrazovaniia* [World of Science, Culture, Education], 3(106), pp. 385–388. <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2024-3106-385-388> (In Russian).
- Fistola, R. and La Rocca, R.A. (2018) Slow Mobility and Cultural Tourism: Walking on Historical Paths, in Papa, R., Fistola, R. and Gargiulo, C. (eds.) *Smart Planning: Sustainability and Mobility in the Age of Change*. Cham: Springer, pp. 301–322. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77682-8_18
- Florida, R. (2007) *Kreativnyi klass: liudi, kotorye meniaiut budushchee* [The Creative Class: People Who Are Changing the Future]. Moscow: Classic-XXI Publishing House. (In Russian).
- Gabdrakhmanova, G.F., Makhmutov, Z.A. and Sagdiyeva, E.A. (2016) Gosudarstvennye iazyki Respubliki Tatarstan v yazykovom landshafte regiona [The Official Languages of the Republic of Tatarstan in the Linguistic Landscape of the Region], in *Teoreticheskie problemy etnicheskoi i krosskulturnoi psikhologii: Materialy V Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii (Smolensk, 27–28 maia 2016). Vol. 1* [Theoretical Problems of Ethnic and Cross-Cultural Psychology: Proceedings of the V International Scientific Conference (Smolensk, May 27–28, 2016). Vol. 1]. Smolensk: Smolensk State University, pp. 76–79. (In Russian).
- Gabdrakhmanova, G.F. (2023) Iazykovoi landshaft rossiiskogo goroda: sotsiogumanitarnye podkhody izucheniiia [The Linguistic Landscape of a Russian City: Socio-Humanitarian Approaches to Studying], *Sotsiologicheskie issledovaniia* [Sociological Studies], 2, pp. 72–82. <https://doi.org/10.31857/S013216250021396-8> (In Russian).
- Golikova, T.A. (2020) Metodologiya lingvolandshaftnykh issledovanii v Rossii: analitiko-tematicheskii obzor [Methodology of Linguistic Landscape Research in Russia: Analytical and Thematic Review], *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Filosofia*



- [Bulletin of Tver State University. Series: Philosophy], 4(54), pp. 149–166. <https://doi.org/10.26456/vtphilos/2020.4.149> (In Russian).
- Ivanov, V.V. (2023) Perspektivy izucheniiia mnogoyazychiia v Respublike Buriatia skvoz prizmu yazykovogo landshafta goroda Ulan-Ude [Prospects of Studying Multilingualism in the Republic of Buryatia through the Prism of the Linguistic Landscape of Ulan-Ude], *Sotsiolingvistika* [Sociolinguistics], 3(15), pp. 134–146. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-3-15-134-146> (In Russian).
- Kalabkina, I.M. and Ponimatkina, L.A. (2022) Resursy Respubliki Mordovii dlia organizatsii kreativnogo turizma [Resources of the Republic of Mordovia for the Organization of Creative Tourism], *Vestnik RMAT* [Bulletin of RMAT], 1, pp. 105–111. (In Russian).
- Kalabkina, I.M. and Zhulina, M.A. (2024) Organizatsiia peshekhodnogo turizma v respublike Mordovii [Organization of Walking Tours in the Republic of Mordovia], *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and Abroad], 18(1), pp. 127–135. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11177187> (In Russian).
- Kirilina, A.V. (2020) Opisanie lingvisticheskogo landshafta goroda: lingvistika i „chto-to eshche“ ili novoe ponimanie iazyka? [Description of the Linguistic Landscape of the City: Linguistics and “Something Else” or a New Understanding of Language?], *Russkii iazyk za rubezhom* [Russian Language Abroad], 1, pp. 49–55. <https://doi.org/10.37632/PI.2020.278.1.009> (In Russian).
- La Rocca, R. (2010) Soft Mobility and Urban Transformation, *TeMA — Journal of Land Use, Mobility and Environment*, 2. <https://doi.org/10.6092/1970-9870/125>
- Law, C.M. (1992) Urban Tourism and Its Contribution to Economic Regeneration, *Urban Studies*, 29(3–4), pp. 599–618. <https://doi.org/10.1080/00420989220080581>
- Lou, S. (2024) *Prostranstvennoe voploschenie kultury: etnografiia prostranstva i mesta* [Spatial Embodiment of Culture: The Ethnography of Space and Place]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie. (In Russian).
- Lu, S., Li, G. and Xu, M. (2020) The Linguistic Landscape in Rural Destinations: A Case Study of Hongcun Village in China, *Tourism Management*, 77. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104005>
- Malenova, E.D. (2021) Perevod iazykovykh sredstv konstruirovaniia gorodskogo lingvisticheskogo landshafta kak faktor formirovaniia imidzha territorii [Translation of the Language Means of Constructing an Urban Linguistic Landscape as a Key Factor in Creating an Image of the Territory], *Cross-Cultural Studies: Education and Science*, 6(2), pp. 94–102. <https://doi.org/10.24412/2470-1262-2021-2-94-102> (In Russian).
- Manchurina, L.E. (2024a) Obzor nauchnoi literatury po izucheniiu lingvisticheskogo landshafta [A Review of the Scientific Literature on the Study of the Linguistic Landscape], in *Iazyki narodov Rossiiskoi Federatsii: funktsionirovaniye i perevod: Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* (Yakutsk, 26–27 marta 2024) [Languages of the Peoples of the Russian Federation: Functioning and Translation: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference (Yakutsk, March 26–27, 2024)]. Yakutsk: Natsionalnaia biblioteka Respubliki Sakha (Yakutiia), pp. 76–83. (In Russian).
- Manchurina, L.E. (2024b) Predstavlennost iazykov v vizualnykh tekstakh g. Iakutska [Representation of Languages in Visual Texts of Yakutsk], *Severo-Vostochnyi gumanitarnyi vestnik* [North-Eastern Humanitarian Bulletin], 2(47), pp. 95–110. <https://doi.org/10.25693/SVGV.2024.47.2.008> (In Russian).
- Maskaeva, E.N. (2022) Vyyavlenie gastronomiceskogo brenda v Respublike Mordoviiia [Identification of a Gastronomic Brand in the Republic of Mordovia], *Dnevnik Altaiskoi shkoly politicheskikh issledovanii* [Diary of the Altai School of Political Studies], 38, pp. 180–185. (In Russian).



- Matyushina, N.V. (2024) Lingvisticheskii kreativ na ulitsakh megapolisa: opros zhitelei g. Moskvy [Linguistic Creativity on the Streets of a Megalopolis: A Survey of Moscow Residents], *Sovremennye lingvisticheskie i metodiko-didakticheskie issledovaniia* [Modern Linguistic and Methodological-Didactic Research], 3(63), pp. 73–85. <https://doi.org/10.36622/2587-8085.2024.94.11.006> (In Russian).
- Mutavchi, E.P. and Semenova, L.V. (2017) Gorodskoi turizm — draiver ekonomiki vpechatlenii [Urban Tourism is a Driver of the Impression Economy], *Nauka i turizm: strategii vzaimodeistviia* [Science and Tourism: Interaction Strategies], 4, pp. 4–12. (In Russian).
- Nekhaeva, N.E. (2018) Religioznyi turizm kak perspektivnoe napravlenie kulturnogo turizma v Respublike Mordoviia [Religious Tourism as a Promising Area of Cultural Tourism in the Republic of Mordovia], *Tsentr i periferiiia* [Center and Periphery], 1, pp. 110–116. (In Russian).
- Pakshina, I.A., Maskaeva, E.N., Limkina, N.A., Kalachina, O.S. and Kurmyshkina, O.N. (2023) *Etnokulturnye brendy Respubliki Mordoviia: biulleten Nauchnogo tsentra sotsialno-ekonomiceskogo monitoringa* [Ethnocultural Brands of the Republic of Mordovia: Newsletter of the Scientific Center for Socio-Economic Monitoring]. Saransk: Izdatelstvo Mordovskogo gosudarstvennogo universiteta. (In Russian).
- Pavlenko, A. (2017) Iazykovye landshafty i drugie sotsiolingvisticheskie metody issledovaniia russkogo iazyka za rubezhom [Linguistic Landscapes and Other Sociolinguistic Methods of Studying the Russian Language Abroad], *Vestnik RUDN. Seriia: Lingvistika* [RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics], 21(3), pp. 493–514. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2017-21-3-493-514> (In Russian).
- Perepelkin, K.V. (2019) Perspektivy razvitiia gastronomiceskogo turizma v Respublike Mordoviia [Prospects for the Development of Gastronomic Tourism in the Republic of Mordovia], *Industriia turizma: vozmozhnosti, prioritety, problemy i perspektivy* [Tourism Industry: Opportunities, Priorities, Problems and Prospects], 15(1), pp. 317–322. (In Russian).
- Peshkova, N.P. (2019) Lingvisticheskii landshaft kak otrazhenie protsessov globalizatsii i natsionalnoi samoidentifikatsii [Linguistic Landscape as Expression of Globalization and National Self-Identification], *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [Bulletin of Moscow State Linguistic University. Humanities], 3(819), pp. 90–102. (In Russian).
- Pratt, A.C. (2017) Innovation and the Cultural Economy, in Batheldt, H., Cohendet, P., Henn, A. and Simon, L. (eds.) *The Elgar Companion to Innovation and Knowledge Creation: A Multi-Disciplinary Approach*. London: Edward Elgar, pp. 230–243. <https://doi.org/10.4324/9780203880012>
- Razumov, R.V. and Goryaev, S.O. (2020) Transliatsiia regionalnoi identichnosti v urbanonimii rossiiskikh gorodov: sovremennoe sostoianie [Manifestations of Regional Identity in Contemporary Russian Urbanonymy], *Voprosy onomastiki* [Problems of Onomastics], 17(2), pp. 201–219. https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2020.17.2.024 (In Russian).
- Saduov, R.T. (2020) Polevoe issledovanie kulturno-iazykovogo landshafta v natsionalnoi respublike: opisanie i obosnovanie proekta [Field Study of the Cultural and Linguistic Landscape in the National Republic: Description and Justification of the Project], *Ekologija iazyka i kommunikativnaia praktika* [Ecology of Language and Communicative Practice], 1, pp. 23–29. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-098> (In Russian).
- Saraikina, S.V., Emelianova, N.A. and Nekhaeva, N.E. (2017) Sotsialnoe znachenie detskogo turizma v regione [The Social Significance of Childrens Tourism in the Region], *Regionologija* [Regionology], 25(4), pp. 573–587. (In Russian).
- Shumkov, V.V. (2024) Mirovoi opyt i otechestvennye osobennosti razvitiia sovremenennogo gorodskogo turizma [World Experience and Domestic Features of the Development of Modern Urban Tourism], *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava*



[Bulletin of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law], 3(106), pp. 200–210.
<https://doi.org/10.21295/2223-5639-2024-3-200-210> (In Russian).

Somoza, M.X., Lois González, R.C. and Somoza, M.M. (2023) Walking as a Cultural Act and a Profit for the Landscape. A Case Study in the Iberian Peninsula, *GeoJournal*, 88, pp. 2171–2186.
<https://doi.org/10.1007/s10708-022-10745-x>

Yan, L. and Lee, M.Y. (2014) Tourist Perceptions of the Multi-Linguistic Landscape in Macau, *Journal of China Tourism Research*, 10(4), pp. 432–447.
<https://doi.org/10.1080/19388160.2014.953658>

Yang, L., Li, M. and Liu, L. (2024) Obzor issledovanii yazykovogo landshafta v Rossii [A Review of Russian Linguistic Landscape Studies], *Politicheskaiia lingvistika* [Political Linguistics], 5(107), pp. 329–337. (In Russian).

Zaitseva, L.A. and Krasilnikova, N.V. (2023) Molodezhnyi i studencheskii turizm kak vektor v razvitii turindustrii i obrazovaniia: opyt realizatsii programmy na regionalnom urovne [Youth and Student Tourism as a Vector in the Development of the Tourism Industry and Education: Experience in Implementing the Program at the Regional Level], *Nauchnyi rezulat. Pedagogika i psichologija obrazovaniia* [Research Result. Pedagogy and Psychology of Education], 9(4), pp. 18–26. <https://doi.org/10.18413/2313-8971-2023-9-4-0-2> (In Russian).

Zhulina, M.A. and Kitsis, V.M. (2016) Lokalnye turistskie klasterы Respubliki Mordoviiia: formirovanie i funktsionirovanie [Local Tourism Clusters of the Republic of Mordovia: Formation and Functioning], *Sovremennye problemy servisa i turizma* [Modern Problems of Service and Tourism], 10(1), pp. 75–82. <https://doi.org/10.12737/17786> (In Russian).

Zhulina, M.A., Kitsis, V.M. and Saraikina, S.V. (2022) Promyshlennyi turizm v Respublike Mordoviiia: potentsial i vektory razvitiia [Industrial Tourism in the Republic of Mordovia: Potential and Development Vectors], *Upravlencheskii uchet* [Management Accounting], 9-1, pp. 48–56. <https://doi.org/10.25806/uu9-1202248-56> (In Russian).

Пакшина Ираида Адольфовна — кандидат культурологии, ведущий научный сотрудник, Научный центр социально-экономического мониторинга.

Адрес: 430005, Российская Федерация, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Б. Хмельницкого, д. 39а.

Эл. адрес: iraida-69@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-3050-2127>

Маскаева Елена Николаевна — старший научный сотрудник, Научный центр социально-экономического мониторинга.

Адрес: 430005, Российская Федерация, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Б. Хмельницкого, д. 39а.

Эл. адрес: elena-maskaeva@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-8889-3170>

Iraida A. Pakshina — Candidate of Sciences (Cultural Studies), leading researcher at the Scientific Center for Socio-Economic Monitoring.

Address: B. Khmelnitsky str. 39a, Saransk, Republic of Mordovia, Russia, 430005.

E-mail: iraida-69@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-3050-2127>



Elena N. Maskaeva — senior researcher at the Scientific Center for Socio-Economic Monitoring.

Address: B. Khmelnitsky str. 39a, Saransk, Republic of Mordovia, Russia, 430005.

E-mail: elena-maskaeva@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-8889-3170>

Для цитирования: *Пакшина И.А., Мaskaева Е.Н. Языковой ландшафт пешеходных туристских маршрутов Саранска // Социолингвистика. 2025. № 4 (24). С. 69–96. DOI: 10.37892/2713-2951-4-24-69-96*

For citation: *Pakshina I.A., Maskaeva E.M. The linguistic landscape of Saransk walking routes // Sociolinguistica. 2025. No. 4 (24). Pp. 69–96. (In Russian). DOI: 10.37892/2713-2951-4-24-69-96*

Заявление о конфликте интересов | Conflict of interest statement

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted 18.12.2024;
approved after reviewing 11.07.2025;
accepted for publication 05.11.2025.