

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2026. № 1 (59). С. 130–140.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2026;1(59): 130–140.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).



Научная статья
УДК 81'23:37.018.43
DOI 10.47475/2070-0695-2026-59-1-130-140

«...ЗДЕСЬ РАСПОЛАГАЕТСЯ ШАМБАЛА»: МИФОЛЕКСЕМЫ КАК РЕПРЕЗЕНТАНТЫ МЕДИАОБРАЗОВ КУЛЬТУРНЫХ ЛАНДШАФТОВ В ТРЕВЕЛ-ДИСКУРСЕ

Ольга Александровна Селеменова

Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина, Елец, Россия,
ol.semeneva2011@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0488-8428>, SPIN-код: 4731-7091

Аннотация. Статья посвящена проблеме языковых средств формирования и транслирования медиаобразов культурных ландшафтов в современном тревел-дискурсе. Актуальность выбранной темы обусловлена интересом ученых к своеобразию вербального компонента медиатекстов сферы туризма в связи с использованием языка в качестве одного из влиятельных инструментов убеждения и привлечения бóльшего числа посетителей в страну, регион, город; малоизученностью роли конкретных лексико-семантических, тематических групп лексем в экспликации медиаобразов территорий в тревел-текстах. Цель статьи – выявить, систематизировать и описать мифолексем, выступающие средствами репрезентации медиаобразов природно-культурных комплексов регионов России и иных стран в текстах журналов путешествий. Источниками исследования послужили отечественные тревел-журналы «Вояж», «Отдых в России» и «Russian Traveler». Методом сплошной выборки из медиатекстов, опубликованных в 2022–2025 гг., было извлечено 112 мифолексем, ставших предметом анализа. В основу классификации мифолексем положены 4 критерия: источник, этимология, обозначаемый объект вымышленного мира, структурная организация. Выделено 6 основных лексико-семантических групп мифолексем, в составе которых отмечены простые, составные, сложные единицы из этнических мифов, религиозно-философской литературы и фольклора, восходящие к древнерусскому и старославянскому языкам, титульным языкам этносов многочисленных республик России, а также некоторым другим языкам мира. Установлено, что мифолексемы благодаря тематическим и ситуационным связям друг с другом, реальными топонимами, экзотизмами, синтагматическим отношениям с атрибутивными словоформами с семами 'этнос', 'территория' маркируют «верхний слой» культурных ландшафтов, именуемый «Духовная культура» и связанный с региональной, этнической, национальной идентичностью.

Ключевые слова: тревел-дискурс, журнал путешествий, медиатекст, культурный ландшафт, медиаобраз, мифолексема, этимология, лексико-семантическая группа, экзотизм, атрибутивная лексика

Для цитирования: Селеменова О. А. «...Здесь располагается Шамбала»: мифолексемы как репрезентанты медиаобразов культурных ландшафтов в тревел-дискурсе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2026. № 1 (59). С. 130–140. doi: 10.47475/2070-0695-2026-59-1-130-140

Original article

“...SHÁMBALA IS LOCATED HERE”: MYTHOLEXEMES AS MEDIA IMAGES REPRESENTATIVES OF CULTURAL LANDSCAPES IN THE TRAVEL DISCOURSE

Olga A. Selemeneva

Bunin Yelets State University, Yelets, Russia,
ol.semeneva2011@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0488-8428>

Abstract. The article raises the issue of the representation of media images of cultural landscapes in the modern travel discourse. The purpose of the article is to identify, systematize, and describe mytholexemes that serve as lexical means of representing natural and cultural complexes of the regions in Russia and other countries in the media texts of travel magazines. The material of the study was domestic travel magazines “Voyazh”, “Otdyh v Rossii”, and “Russian Traveler”. A total of 112 mythological lexemes were extracted from media texts published in 2022–2025 using the continuous sampling method. Their taxonomy is based on four criteria: source, etymology, fictional world object, and structural organization. Six main lexical-semantic groups of mythological lexemes have been identified, including simple, compound, and complex units from ethnic myths, religious and philosophical literature, and folklore, which are derived from Old Russian and Old Slavic languages, the official languages of numerous republics in Russia, and other

languages around the world. It has been established that mytholexemes, due to their thematic and situational connections with each other, real toponyms, exotisms, and syntagmatic relations with attributive word forms with the semes 'ethnos' and 'territory', mark the upper layer of cultural landscapes, which is referred to as "Spiritual Culture" and is associated with regional, ethnic, and national identity.

Key words: travel discourse, travel journal, media text, cultural landscape, media image, mytholexeme, etymology, lexical-semantic group, exoticism, attributive vocabulary

For citations: Selemenewa O. A. (2026) "...Shámbala is located here": mytholexemes as media images representatives of cultural landscapes in the travel discourse. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 1(59), 130–140. doi: 10.47475/2070-0695-2026-59-1-130-140 (In Russ.).

Введение

Современные условия геополитической и социокультурной реальности – напряженность и конфликты между странами, распространение массовой культуры, изменение аксиологической системы в условиях действия процессов цифровизации и глобализации и др. – определяют объективную необходимость развития и стимулирования положительной национальной и региональной идентичности территорий. В основе формирования этих комплексных нематериальных многокомпонентных конструкторов заметную роль играют культурные ландшафты, трактуемые как географическая среда человеческого бытия в совокупности с культурным контекстом и исторической памятью (Стрелецкий 2020: 84).

Интегрируя базовое понятие мировой культурной географии в область коммуникативистики и семиотики, отечественные географы и культурологи заметное место в рабочих моделях культурных ландшафтов отводят особому когнитивному и эмоциональному компоненту – слову (Разви 2021: 112). Наряду со зрительной, слуховой, тактильной, обонятельной и вкусовой формами представления культурных ландшафтов утверждается речевая – текстовая и ономастическая (Калуцков 2009). При этом ведущими единицами ономастической формы признаются топонимы, а основными формами текстовой – диалектные фольклорные тексты, художественные тексты (Калуцков 2009, 2025; Лавренова 2019; Рагулина 2024). Однако идея автора семиотической концепции культурного ландшафта О. А. Лавреновой о его способности «прочитываться» через путешествие (Лавренова 2019: 44) позволяет утверждать возможность представления культурного ландшафта еще и текстами тревел-дискурса, распространяемыми через различные каналы медиа.

В целом в лингвистике интерес к феномену культурного ландшафта присутствует и стимулируется одновременным действием совокупности взаимосвязанных факторов: популяризацией междисциплинарных исследований; актуализацией традиционного для мирового языкознания утверждения о тесной связи языка и культуры; развитием идей американского социолога И. Валлерстайна о геокультуре, канадских ученых Р. Ландри и Р. И. Бурхиса о специфике бытования языков в пространстве мегаполисов, концепции конкурентной идентичности территорий британского исследователя С. Анхолта; формированием таких новых научных направлений, как лингвомаркетология и лингвоимиджеология (Демешкина, Дутчак 2020; Садуов 2020; Волошина 2022; Захарова, Захарова 2022; Хохолова, Филиппова 2024). Но среди непосредственно медиалингвистических исследований отечественных и зарубежных ученых первой четверти XXI века работы, посвященные проблеме «оязыковления» культурных ландшафтов в тревел-дискурсе, встречаются пока спорадически. Так, М. А. Брагина и В. Н. Левина, рассматривая медиаобраз культурно-географического пространства Республики Тувы в русскоязычных медиатекстах о путешествиях (блоги, сайты, посты, подкасты), указывают вербальные и невербальные средства его формирования, в частности лексемы с пейзажной семантикой (*долина, небо, луг, степь, дорога, река, парк* и др.), эпитеты, образующие синонимические ряды (*самобытная, первозданная, полудикая; труднодоступная, высокогорная*), фотоиллюстрации (живописные степные и горные пейзажи), определенные аудио- и видеоряды (видеоряд о свадебных традициях, записи горлового пения и др.) (Брагина, Левина 2023: 188–195). М. А. М. Салим, А. П. Мат Сом на базе контента туристических веб-сайтов Сулавеси–Селатана изучают инструментарий создания медиаобраза культурного ландшафта одного из регионов Индонезии (Salim, Mat Som 2018). Разграничивая словесные и несловесные средства, к первым они относят преимущественно синтаксические – словосочетания типа *культурные достопримечательности, традиционная культура* и описательные предложения, а ко вторым – изображения людей в традиционных костюмах, фотографии фестиваля Тонрангенг, достопримечательностей города Парепаре (Salim, Mat Som 2018: 366–368). А К. Мелуцци и С. Бальзамо, анализируя тексты гастрономических путеводителей и популярных веб-сайтов Siciland.com и touringclub.it, приходят к выводу об активном использовании глуттонической лексики, которая дает потенциальному туристу «возможность ощутить типичные вкусы и ароматы» при представлении культурных ландшафтов регионов Италии (перевод наш. – О. С.) (Meluzzi, Balsamo 2021: 9).

Сопоставляя имеющиеся научные исследования, посвященные представлению медиаобразов культурных ландшафтов в тревел-дискурсе, можно сделать несколько выводов:

1) рабочий инструментарий, используемый для их создания и выражения, включает различные семиотические средства, что, безусловно, определяется самой гетерогенной природой современных медиатекстов;

2) к вербальным средствам «языковлечения» культурных ландшафтов относятся и лексические, и морфологические, и синтаксические единицы;

3) проблема описания, сохранения и ретрансляции культурного ландшафта во времени и пространстве через медиатексты тревел-дискурса, оказывающего существенное влияние на формирование когнитивной картины мира современного человека за счет аккумуляции познавательного компонента, этнокультурных авто- и гетеростереотипов, поддержания культурных традиций и аксиологических систем, все же находится в стадии разработки. Множество важных вопросов (Каков полный список единиц-репрезентантов культурных ландшафтов в тревел-дискурсе? Этот список закрытый или открытый? Как установить эффективность той или иной единицы вербальной части тревел-медиатекстов в плане представления культурного ландшафта? Есть ли разница в инструментах экспликации внешних и внутренних моделей культурных ландшафтов? и т. п.) являются нерешенными.

Материалы и методы исследования

Источником материала исследования выступили отечественные журналы о путешествиях: «Отдых в России», «Вояж» и «Russian Traveler». Подобные издания, по верному замечанию Л. П. Дускаевой, как раз фиксируют «результаты познавательной деятельности человеком пространства обитания» и реализуют их «в специфическом коммуникативном сценарии – путешествия по той или иной территории», демонстрируя ряд специфических основных и дополнительных интенций, среди которых осведомление о территории и ее эмоциональная и рациональная оценка (Дускаева 2014: 85–86).

Выбор именно трех перечисленных журналов был обусловлен следующими экстралингвистическими причинами:

– размещением контента не только в печатных выпусках, но и веб-ресурсах (<https://voyagemagazine.ru/>; <https://rustur.ru/>; <https://traveler.ru/>), что делает его кроссплатформенным, легко доступным для чтения и исследования;

– схожестью *тематики* (предметом освещения выступают путешествия, туризм, включается информация об истории, географии и культуре России и ее регионов, а также зарубежных стран), *аудитории* (потенциальный читатель – опытные и начинающие путешественники любого пола, возраста и социального положения, все те, кому интересны новые или, напротив, уже хорошо известные направления отдыха, быт, гастрономия, традиции разных этносов), *функций* (преимущественно информационная, познавательная, эстетическая).

Всего было проанализировано 504 медиатекста («Russian Traveler» – 182, «Отдых в России» – 210 и «Вояж» – 112) из 36 выпусков журналов путешествий (14 номеров журнала «Russian Traveler», 14 – «Отдых в России» и 8 – «Вояж»), а также из рубрик «Маршруты» («Вояж»), «Регионы», «Куда поехать» («Отдых в России») и «Путешествия» («Russian Traveler») с веб-сайтов перечисленных изданий. Весь рассмотренный корпус тревел-текстов относится к периоду с 2022 по 2025 гг.

Отправной точкой нашего исследования стало предположение, что одним из средств репрезентации медиаобразов культурных ландшафтов на лексико-семантическом уровне вербальной части текстов тревел-журналов способны выступать мифолексемы благодаря их интертекстуальной природе и аккумуляции в семантике культурных представлений. Для анализа методом сплошной выборки из указанного корпуса медиатекстов было извлечено 112 мифолексем (без контекстных повторов). При их интерпретации использовались толковые, этнолингвистические, этимологические, энциклопедические, двуязычные словари, а также научные справочные издания.

К рассмотренному материалу применялись следующие методы: метод контент-анализа (и манифестный тип, предполагающий декодирование содержания текста, лежащего на поверхности, и латентный, основанный на поиске скрытых значений); лингвокультурологический метод, обусловленный постоянным присутствием в тревел-медиатекстах и мифолексемах культурозначимой информации; описательный метод с приемами наблюдения, классификации, обобщения; метод контекстуального анализа, представленный приемом выявления специфики употребления мифолексем в тревел-медиатекстах; дистрибутивный метод, основанный на приеме изучения непосредственного окружения анализируемых языковых единиц; метод количественного анализа, направленный на количественную обработку полученных данных.

Некоторые сделанные в исследовании выводы опираются на данные основного подкорпуса Национального корпуса русского языка (далее – НКРЯ).

Результаты исследования и обсуждение

В медиатекстах журналов путешествий мифолексемы не составляют однородной группы. Они

номинаруют разные объекты вымышленного мира, отличаются своей структурной организацией и происхождением.

Основных источников у мифолексем рассматриваемых медиатекстов три: этнические мифы (среди мифолексем обнаруживаем единицы из марийской, удмуртской, хакасской, чувашской, якутской, вайнахской, полинезийской, древнегреческой, финской, японской, гавайской, китайской мифологий); религиозные учения (ислам, иудаизм, христианство, буддизм, даосизм, индуизм); фольклорные тексты (русские, башкирские, алтайские, монгольские предания, легенды, сказки, былины). Например: *алангасары* из удм. *alangasar* – ‘мифический великан’, в удмуртской мифологии люди-великаны; лексема, по данным В. В. Напольских, встречается «у Г. Н. Потанина в легенде о происхождении людей и средневековых городищ, записанной в с. Верхний Утчан совр. Алнашского р-на Удмуртии» (Напольских 2008: 218); *сампо* из карел. *sampo*, *žampo*, чудесная мельница, которая, согласно руническим песням карело-финского эпоса «Калевала», выкована «из пушинки лебединой, из кусочка веретенца, и из молока коровы, и из ячменя крупинки» (Мифы народов мира. Энциклопедия: в 2 т. Т. 2 / Под ред. С. А. Токарева. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. С. 401); *Сереброзубая Пампалче* из мар. Ший пуйан Ший Пампачэ, персонаж популярной марийской сказки, в которой героиня спасается от ведьмы, преследующей ее; оригинал сказки был записан в 1938 г. в Кировской области (Ключева 2020: 263–264) и др.

Мифолексемы из разных источников моделируют текстовое пространство, связывая конкретный медиатекст тревел-издания с известными культовыми текстами, реализуют свой интертекстуальный потенциал и осуществляют своего рода «надприродную настройку» медийного образа культурного ландшафта, актуализируя его исторический и философско-религиозный компоненты. Например: *Она* (гора Шри-Пада рядом с деревней Хеттон на Шри-Ланке. – О. С.) *не самая высокая на острове (всего 2224 м), но точно самая знаменитая: христиане считают, что след-углубление на ее вершине оставил святой Фома, индуисты приписывают его Шиве, буддисты – Будде, мусульмане – Адаму, только что покинувшему Эдем* (Маршрут. Шри-Ланка // Russian Traveler. Март – апрель 2024. № 1 (10). С. 71). В этом примере встречаем совокупность мифолексем: теоним *Шива* (др.-инд. *Śiva*, ‘благой’, ‘приносящий счастье’, в индуистской тримурти один из верховных богов (Мифы народов мира, т. 2. С. 642)), мифоантропонимы *Адам* (др.-евр. *’ādām*, ‘человек’, в христианской теологии и мусульманстве первый человек (Мифы народов мира, т. 1. С. 39), *Будда* (санскр. и пали *buddha*, ‘просветленный’, букв. ‘пробужденный’, первоначально Шакиямуни, или Сиддхартха Гаутама, «последний земной будда, проповедовавший дхарму, на основе которой сложилось буддийское вероучение» (Мифы народов мира, т. 2. С. 637)), *Фома* (др.-греч. Θωμάς, восходящее к араб. ثمام, ‘двойной’, ‘двоакый’, ‘близнец’, в христианских преданиях один из двенадцати апостолов Иисуса Христа (Там же. С. 569)), мифохороним *Эдем* (др.-евр. עֵדֶן, Eden, райский сад в ветхозаветных описаниях (Там же. С. 364)). Восходя к разным источникам – собранию религиозных гимнов «Ригведа» (мифолексема *Шива*), каноническим текстам буддизма (Типитака, Бхадракальпика-сутра) и эдиктам индийского царя Ашоки (*Будда*), стихам книги Бытия и сурам Корана (*Адам*), книгам Исаяи, Иезекииля, Иоилия (*Эдем*), они выступают средствами формирования в тревел-тексте медиаобраза культурного ландшафта Шри-Ланки, в частности такой известной достопримечательности, как гора Шри-Пада. Аккумулируя культурно-значимую информацию, опираясь на фоновые знания адресата о мифологических и религиозных представлениях этносов, именно мифолексемы актуализируют информацию о священном статусе Адамова Пика.

Этимологически мифолексемы, функционирующие в отечественных тревел-изданиях, восходят к древнерусскому и старославянскому языкам, древнегреческому, ивриту, арабскому, латинскому, санскриту, пали, японскому, финскому и другим языкам: *ад* (др.-русс., ст.-слав. адъ, пришедшее из греч. ἄδης (Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4-х тт. Т. 1 / Пер. с нем. О. Н. Трубачева. М.: Прогресс, 1986. С. 61)), *Аллах* (араб. ﷲ, образованное «из нарицательного “илах” (“бог”) с определенным артиклем, что означает “известный бог”» (Мифы народов мира, т. 1. С. 61)), *Венера* (лат. Venus, род. п. Veneris, ‘плотская любовь’ (Там же. С. 229)), *Коноханасакуя* (яп. 木花咲耶姫 или 木花開耶姫, букв. ‘цветущая принцесса [вишневого] дерева’ (Cartwright M. Mount Fuji. 12.04.2017 // World History Encyclopedia. URL: https://www.worldhistory.org/Mount_Fuji/)), *Эрлик* (бур. Эрлик-хан; монг. Эрлик Номун-хан; калм. Эрлик Номин-хан; тув. Эрлик Ловун-ха; хак. Ирлик) (Мифы народов мира, т. 2. С. 667)) и др. Отметим, что регулярно в проанализированных медиатекстах функционируют мифолексемы из языков титульных этносов многочисленных российских республик: якутского, удмуртского, башкирского, марийского, хакасского, алтайского и некоторых др.: *Вумурт* (удм. ву, ‘вода’, и мурт, ‘человек’ (Удмуртско-русский, русско-удмуртский словарь: Ок. 6500 слов / Сост. Т. В. Воронова, Т. А. Пояркова. Ижевск: Удмуртия, 2012. С. 19, 49)), *Нюлэсмурт* (удм. нюлэс, ‘лес’, и мурт, ‘человек’ (Там же. С. 53, 49)), *Чир Ине* (алт. сэг, ‘земля’, и ене, ‘мать’ (Тыдыков П. П. Русско-алтайский словарь. Улала: Ойротиздат, 1931. С. 68, 104)), *Чысхаан* (якут. чысхаан в значении ‘холодный, пронизывающий зимний ветер, мороз, стужа’ (Большой толковый словарь якутского языка: в 15 т. Т. 14 / Под ред. П. А. Слепцова. Новосибирск: Наука, 2017. С. 275)) и др.

Суммарно они составляют около 30 % всех единиц собранной картотеки примеров. Их высокий процент обусловлен, вероятно, экстралингвистическими причинами: постепенной переориентацией выездного туризма на внутренний; заинтересованностью тревел-журналистики в продвижении именно региональных турпродуктов; рассмотрением тревел-медиа текстов в качестве одного из эффективных инструментов презентации российских регионов за счет создания привлекательных медийных образов мест в их «ценностно-символической (сохранение памяти о прошлом как основания культурно-цивилизационной причастности) и ресурсно-имиджевой (повышение узнаваемости территории через ее туристическое продвижение)» составляющих (Зубанова 2023: 36).

Мифолексемы из языков этносов, населяющих Российскую Федерацию, выступают словесными единицами, аккумулирующими малознакомые читателям тревел-изданий культурные реалии. В контекстах медиа текстов такие мифолексемы обычно тематически и ситуативно связываются с экзотизмами, представляющими природные объекты, предмета быта, детали костюма, названия национальных блюд и напитков, религиозные понятия «иног» этноса. Так на лексическом уровне формируются медиа образы экзотических культурных ландшафтов регионов России, которые теоретически должны вызвать у адресата и потенциального туриста сильные эмоции – удивление, восхищение. Например: *На центральной поляне возвышается один из главных символов праздника Аал Луук Мас – Древо Жизни. Вокруг центральной поляны располагаются тюсюлгэ – территории, закрепленные за предприятиями для проведения торжественных обрядов. <...> На тюсюлгэ обязательно присутствуют сэргэ (столб-коновязь, к которому божества и гости праздника могут привязать своих коней) и ураса (конусообразное летнее жилище якутов из жердей, обтянутое тканью). По всему периметру тюсюлгэ украшают саламой – веревкой с навязанными на нее разноцветными ленточками* (Праздник Ысыах // Отдых в России. 27.03.2023, <https://rustur.ru/prazdnik-ysyax>). В представленном фрагменте медиа текста использованы три мифолексемы – *божества*, *Луук Мас*, *Древо Жизни*. Мифоним *Аал Луук Мас* восходит к якутскому языку и обозначает ‘священное дерево страны олонхо’ (Большой толковый словарь якутского языка: в 15 т. Т. 1 / Под ред. П. А. Слепцова. Новосибирск : Наука, 2004. С. 135–136), выступающее в традиционной религии народа саха космогоническим символом триединства мира – Подземного, Срединного и Верхнего (Мифа народов мира, т. 2. С. 681–682). Мифоним *Древо Жизни*, являясь результатом онимизации апеллятивов *древо* (анахроничная форма слова *дерево*, ст.-слав. дрѣво (Фасмер М. Этимологический словарь русского языка, т. 1. С. 502)) и *жизнь* (др.-русс., ст.-слав. жизнь (Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4-х тт. Т. 2 / Пер. с нем. О. Н. Трубачева. М. : Прогресс, 1986. С. 54)), становится контекстуальным синонимом проприальной лексемы *Аал Луук Мас*. Он служит дополнительной отсылкой к образу *Arbor mundi*, Мирового дерева, священной вертикали, моделирующей пространственно-временной континуум текстов мифов разных народов мира. Тематически (тема медиа текста задана в названии – «Праздник Ысыах») и ситуативно все мифолексемы связаны с экзотизмами *тюсюлгэ* (якут. туһулгэ, т. е. «место обитания, становище, стойбище» (Большой толковый словарь якутского языка: в 15 т. Т. 11 / Под ред. П. А. Слепцова. Новосибирск : Наука, 2014. С. 299)), *салама* (якут. салама, «волосяной шнур с привязанными к нему пучками конской гривы и разно-цветными кусками материи», которым «во время кумысного праздника “ысыах”» украшают березы (Большой толковый словарь якутского языка: в 15 т. Т. 8 / Под ред. П. А. Слепцова. Новосибирск : Наука, 2011. С. 172)), *сэргэ* (якут. сэргэ, «в старину: устанавливаемый перед входом в дом... столб для привязывания лошадей, коновязь» (Большой толковый словарь якутского языка: в 15 т. Т. 9 / Под ред. П. А. Слепцова. Новосибирск : Наука, 2012. С. 588)), *ураса* (якут. ураһа, «старинное стационарное летнее жилище якутов и переносное – кочевых народов в виде высокого конического шалаша из наклонно поставленных длинных жердей, плотно обтянутых чем-л.» (Большой толковый словарь якутского языка: в 15 т. Т. 12 / Под ред. П. А. Слепцова. Новосибирск : Наука, 2015. С. 251)). Перечисленные экзотизмы вместе с мифолексемами выступают средствами формирования такого культурного ландшафта Республики Саха, который можно назвать топофильным, ориентированным на ценностно-чувственное осмысление окружающего пространства, наполненного культурными смыслами и символами.

Номилируемый объект вымышленного мира позволяет выделить шесть основных лексико-семантических групп (далее – ЛСГ) мифолексем в медиа текстах журналов-путешествий:

1) ЛСГ «Легендарные люди и сверхлюди», включающую обобщенные и конкретные номинации лиц. Ср. *богатырь* (герой русских былин и сказок, смелый воин, отличающийся необычайной силой, удачью, мужеством, смекалкой (Славянская мифология. Энциклопедический словарь / Под ред. В. Я. Петрухина, Т. А. Агапкиной, Л. Н. Виноградовой [и др.]. М. : Эллис Лак, 1995. С. 206)) и *Илья Муромец* (богатырь, герой древнерусского и русского былинного эпоса (Там же)). Например: *Порой легенды и эпосы о богатырях и богатыришах рассказывались сутки напролет, и не дай бог (или боги) кайчи ошибется или оговорится: наказание от духов, невидимых многими, но видимых посвященными, обязательно достигнет* (Сила Сибири // Вояж. 2023. № 213. С. 59); *По преданию, здесь, в селе Карачарово, родился*

«...Здесь располагается Шамбала»: мифолексемы как репрезентанты медиаобразов...

герой русского национального эпоса **богатырь Илья Муромец** (Золото городов // Отдых в России. 22.03.2022, <https://rustur.ru/zoloto-gorodov/>);

2) ЛСГ «Боги», состоящую из обобщенных и конкретных номинаций богов этнических пантеонов. Ср.: боги (*олимпийские*) (в древнегреческой мифологии боги третьего поколения, верховные божества, обитавшие на горе Олимп (Мифы народов мира, т. 1. С. 321–336)) и *Зевс* (в древнегреческой мифологии бог неба, грома, молний, ведающий всем миром (Там же. С. 463)). Например: *Считалось, что его вершина упирается в мир небожителей, где царствуют Зевс и другие боги – из своих чертогов Олимпа они наблюдают за происходящим у людей* (8 священных гор мира: от Куньлунь до Олимпа // Russian Traveler. Март – апрель 2024. № 1 (10). С. 28);

3) ЛСГ «Духи», в которую входят обобщенные и конкретные номинации добрых и злых духов. Ср.: *дух, духи* (мифологические существа, связываемые обычно с человеком, его жизненной средой, в том числе и природной (Там же. С. 413)) и *От ине* (дух-хозяйка огня в хакасской мифологии, имеющая антропоморфный облик (Бурнаков 2006: 53)). Например: *Также китайцы верили, что Куньлунь оберегает дух с туловищем тигра и лицом человека и что здесь небо соединяется с землей, а солнце и луна отдыхают на склонах горы* (8 священных гор мира: от Куньлунь до Олимпа // Russian Traveler. Март – апрель 2024. № 1 (10). С. 28); *Традиционный обряд кормления матери огня, От ине, издревле сопровождал каждый прием пищи в семейном кругу. <...> Хакасская культура тесно связана с огнем: окуливание гостей ароматным дымом, шаманские обряды и бытовая огненная магия до сих пор в ходу у местного населения* (Земля пяти стихий // Отдых в России. 19.11.2022, <https://rustur.ru/zemlya-pyatistixij/>);

4) ЛСГ «Географические объекты вымышленного мира», включающую наименования вымышленных мест (гор, рек, городов и т. п.), связанных с мифологическими сюжетами: *ад* (место вечного наказания отверженных ангелов и душ умерших грешников (Мифы народов мира, т. 1. С. 36)), *рай* (место вечного блаженства праведников (Мифы народов мира, т. 2. С. 363)), *Олимп* (в греческой мифологии гора в Фессалии, на которой обитают боги (Там же. С. 252)) и некоторые др. Например: *В разное время считалось, что на вершине Куньлуня обитает небесный правитель и что именно здесь находится даосский рай, полный чудес, сокровищ и фантастических животных* (8 священных гор мира: от Куньлунь до Олимпа // Russian Traveler. Март – апрель 2024. № 1 (10). С. 28);

5) ЛСГ «Мифические существа животного мира», в которую входят обобщенные и конкретные номинации волшебных животных и птиц. Ср.: *дракон* (крылатый змей, мифологическое существо, сочетающее элементы разных животных (Мифы народов мира, т. 1. С. 394)) и *Змей Горыныч* (в русских былинах и сказках злой дракон с 3, 6, 9 или 12 головами (Славянская мифология. С. 197)). Например: *По легенде, озеро появилось там, где от руки местного героя пал дракон, – говорят, чудовище по сей день живет на глубине* (7 локация для фридайвинга // Russian Traveler. Сентябрь – ноябрь 2024. № 4 (13). С. 91); *Обязательно останьтесь до вечера: с наступлением темноты в парке оживает самый загадочный персонаж русских сказок – Змей Горыныч!* (Липецкая область за три дня // Russian Traveler. Декабрь 2024 – февраль 2025. № 5 (14). С. 82);

6) ЛСГ «Волшебники», включающую номинации добрых и злых чародеев, колдунов, ведьм: *Дед Мороз* (персонаж славянского сказочного и обрядового фольклора, трансформация образа которого была вызвана влиянием западноевропейских рождественских обычаев (Мифы народов мира, т. 1. С. 267)), *Баба Яга* (в славянской мифологии лесная старуха-волшебница, ведьма (Там же. С. 39)), *Кощей* (в восточнославянской мифологии злой чародей (Там же. С. 629)) и др. Например: *Сказочная новогодняя атмосфера окружит туристов на родине Снегурочки, в живописной Костроме, где находится ее резиденция* («Зимняя сказка» // Russian Traveler. Июль – август 2022. № 2 (2). С. 61).

Встречаются в тревел-медиаатекстах номинации мифологических растений (уже упоминаемое в приведенном выше примере священное дерево *Аал Луук Мас*) и сказочных предметов (*скатерть-самобранка*, в русских народных, французских и немецких сказках волшебный предмет, который может накормить и напоить своего хозяина, если произнести заклинание (Славянские древности. Этнолингвистический словарь: в 5 т. Т. 5 / Под ред. С. М. Толстой. М. : Международные отношения, 2012. С. 12)). Например: *Парк выполнен в сказочно-русском стиле, по территории разбросаны сотни кованых и деревянных скульптур – это персонажи легенд, сказок, былин и народных суеверий. Тему дополняет потрясающая локальная гастрономия: яблоки в карамели и печенье колбаски, меню *скатерти-«самобранки»*, в ресторане «Тетеревъ», где чувствуешь себя настоящим боярином* (Парк «Лога» // Russian Traveler. Июнь 2022. № 1 (1). С. 32).

Объем выделенных ЛСГ в авторской картотеке различается и представлен на рисунке 1:

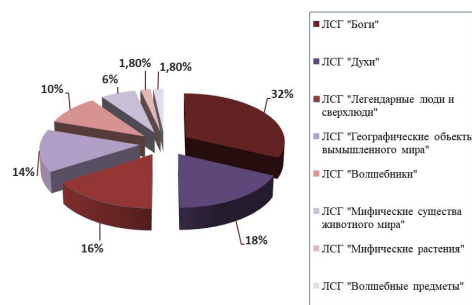


Рис. 1. ЛСГ мифолексем в медиатекстах журналов путешествий

Приведенные количественные данные свидетельствуют, что именно номинации богов и духов из этнических мифологий и религиозно-философских учений становятся востребованными единицами-репрезентантами медиаобразов культурных ландшафтов в отечественных журналах путешествий. Некоторые словесные единицы (примерно 37,5 %, процент высчитан от суммы единиц ЛСГ «Боги» (36 мифолексем в авторской картотеке) и ЛСГ «Духи» (20 мифолексем)) настолько специфичны, что даже в основном подкорпусе Национального корпуса русского языка они либо не фиксируются (например, *Дяла*, *Инмару*, *Каналоа*, *Коноханасакуя*, *От Ине*, *Ош Поро Кузу Юмо*, *Суг ээзи*, *Хан Тигир*, *Шри Дэви*, *Янжима* и др.), либо обладают низкой частотностью (например, *Кылдысин* (4), *Тенгри* (3), *Ульген* (2), *Хотэй* (5), *Эрлик* (1) и др.) (НКРЯ, <https://ruscorpora.ru/>). Благодаря малоизвестным теонимам и демононимам на лексико-фразеологическом уровне тревел-медиатекстов происходит реализация такого свойства культурного ландшафта, как аутентичность: ведь подобные имена духов и богов связаны с транслированием идеи об уникальности конкретного культурного ландшафта, его исторической репрезентативности, гармоничности, целостности, ассоциативной ценности. Например: *Озеро Эльтон. Являясь самым большим минеральным озером Европы, Эльтон представляет собой природную жемчужину. <...> И по сей день среди казахов ходит языческая легенда, согласно которой в воды озера спускается небесный владыка Тенгри-Хан, чтобы продлить молодость* (Розовая вода и белоснежные берега // Вояж. 2023. № 214. С. 85); *Фудзи (Япония, 3776 метров). <...> По преданию, здесь обитает множество божеств, но главной богиней горы является принцесса Коноханасакуя* (8 священных гор мира: от Куньлунь до Олимпа // Russian Traveler. Март – апрель 2024. № 1 (10). С. 29). В первом примере теоним *Тенгри-Хан*, отсылающий к единому благодетельному, всезнающему и правосудному богу в тенгрианстве, становится средством формирования медиаобраза культурного ландшафта озера Эльтон; а во втором – теоним *Коноханасакуя*, именуемый ками, духовную сущность в синтоизме и символ мимолетности жизни, выступает репрезентантом сакрализованного медиаобраза Фудзиямы, символа Японии, приобретшего священный статус в эпоху Токугава. Обе мифолексемы подчеркивают священный статус природных мест и их культурную исключительность. Отметим, что логико-семантическая связь частей медиатекстов, отвечающих, с одной стороны, за географический, природный компонент культурного ландшафта, с другой – духовно-сакральный, базируется на той связи, которая уже существует на уровне референтов реальных топонимов (оронима *Фудзи*, лимнонима *Эльтон*) и мифонимов (теонимы *Коноханасакуя*, *Тенгри-Хан*) вне содержания конкретного сообщения.

Если обратиться к количеству контекстуальных употреблений конкретных мифолексем разных ЛСГ в авторской картотеке примеров из тревел-журналов, то наиболее частотными выступают мифолексемы *дух* (21 словоупотребление в проанализированных медиатекстах) и *рай* (18), причем вторая единица используется в основном в переносном значении – ‘место, где можно жить счастливо и безмятежно’. Обе мифолексемы помогают на вербальном уровне медиатекстов создавать многослойный – в единстве природы, духовных ценностей, сообщества людей, истории – культурный ландшафт; а мифолексема *рай* еще и положительно оцениваемый адресантом «гедонистический» культурный ландшафт. Ср.: *Вершины самых высоких гор, большую часть года покрытые снежными шапками, Тасхылы, особо почитаются и воспеваются в эпосе как места обитания духов и героев* (Земля пяти стихий // Отдых в России. 19.11.2022, <https://rustur.ru/zemlya-pyati-stixij>); *Фье-алло-Шулиар – это рай для туристов и всех желающих насладиться удивительной природой региона и свежим горным воздухом* (Место, отрешенное от мира // Вояж. 2025. № 217. С. 24).

Отметим, что любая разница в количественных показателях мифолексем не отменяет важности их качественной характеристики. При экспликации культурных ландшафтов территорий мифолексема, не принадлежащая к наиболее объемной ЛСГ и обладающая низкой частотностью употребления, может выступать в конкретном медиатексте средством реализации семантических доминант, формировать своего рода каркас заключенной в нем содержательно-концептуальной информации. Например: *Белуха – главная*

вершина Алтая, одна из самых высоких гор России и место силы для многих эзотериков и туристов. Некоторые верят, что здесь располагается **Шамбала** – мифическое царство богов и сверхлюдей. Староверы называют ее **Беловодьем** – божественной страной, где нет войн и болезней (8 священных гор мира: от Куньлунь до Олимпа // Russian Traveler. Март – апрель 2024. № 1 (10). С. 28). Мифотопонимы **Шамбала** (в буддийской мифологии, в «Калачакра-тантре»), страна, окруженная восемью снежными горами, которые напоминают цветок лотоса (Мифы народов мира, т. 2. С. 639)) и **Беловодье** (в старообрядческих преданиях «легендарная страна к востоку от России, где сохранилась “древлеправославная” иерархия» (Мальцев 2002: 534)) обладают низкой частотностью – 2/1 соответственно. Но при формировании медиаобраза культурного ландшафта Горного Алтая именно они, вступая в парадигматические отношения контекстуальной синонимии, не просто реализуют семантические доминанты *пространство* и *время*, а актуализируют их ценностное содержание благодаря сакрально-мистической семантике, богатому ассоциативному потенциалу. О значимости мифотопонима **Шамбала** при спорадичности употребления лексемы в тревел-дискурсе свидетельствует, на наш взгляд, ее включение в качестве структурного элемента в название познавательного-экскурсионного маршрута «**Шавлинские озера – на пути в Шамбалу**» (Конный тур «Шавлинские озера – на пути в Шамбалу» – маршрут для опытных, <https://altay.horse/tours/konnye-tury/konnyu-tur-shavlinskije-ozera-na-puti-v-shambalu/>).

Разница в структурной организации мифолексем позволяет дифференцировать их на простые (однословные мифолексемы (71 %): *богиня, водяной, домовой, Керемет, кикимора, леший, Ной, полевик, Сварог, Снегурочка* и др.); составные (мифолексемы-композиции, соединенные дефисноформленным способом и обладающие синкретичным значением (5 %): *Баба-Яга, великаны-алангасары, дух-хранитель, Козудей-Мерген* и др.) и сложные (мифолексемы, включающие два и более компонентов (24 %): *Добрый Великий Светлый Бог, Микула Селянинович, Ош Поро Кугу Юмо, Хан Тигир, Шри Дэви* и др.). В транслируемой журналами путешествий модели мира разноструктурные мифолексемы участвуют в реализации универсальной оппозиции «свой – чужой»: они выступают репрезентантами, с одной стороны, медиаобразов «своих», близких культурных ландшафтов, с другой – «чужих», инаковых. Способствуют этому на вербальном уровне медиатекстов тревел-дискурса следующие факторы:

– хорошо знакомый адресату или, напротив, специфичный графико-фонетический облик части мифолексем, проявляющийся в нетипичных для русского языка буквосочетаниях. Ср.: *Змей Горыныч, кикимора, колдун, леший, Емеля, Микула Селянинович* и *Какаэ, Сааган Убгэн, Таг ээзи, Суг ээзи, Попоалая, Чысхаан*. Например: *Самые почитаемые духи хакасского пантеона – духи гор (Таг ээзи) и мать-земля (Чир ине). Местные жители верят, что они произошли от горных духов. Здешие ландшафты разнообразны – от каменистой горной тундры до полупустынь – и практически везде есть молчаливые свидетели прошлого: курганы, менгиры, петроглифы* (Земля пяти стихий // Отдых в России. 19.11.2022, <https://rustur.ru/ zemlya-puti-stixij>). В приведенном примере сложные демонимы *Таг ээзи* и *Чир ине* с нетипичными буквосочетаниями участвуют в формировании медиаобраза «чужого», необычного, непривычного для жителя центрально-европейской части России, культурного ландшафта Хакасии;

– частотность употребления мифолексемы, высокий / низкий уровень известности широкой аудитории. Ср. упоминаемый выше мифоантропоним *Илья Муромец*, знакомый любому читателю журналов путешествий, и мифоантропоним *Мауи*, отсылающий к герою «богатырского типа» полинезийской мифологии, которого боги наделили магическими знаниями (Мифы народов мира, т. 2. С. 123). В НКРЯ мифоантропоним *Илья Муромец* представлен 951 примером, входящим в 331 текст, а мифоантропоним *Мауи* – только 7 примерами из 2 текстов (НКРЯ, <https://ruscorpora.ru>). Например: *Остров был создан из двух потухших вулканов – Халеакала, или «Дом солнца», на востоке и Мауи на западе. <...> Легенда утверждает, что Мауи, получеловек-полубог, поймал солнце своим лассо с вершины этой горы, чтобы замедлить его ход* (Неизвестный Мауи // Вояж. 2023. № 214. С. 66). В примере простой мифоантропоним *Мауи* низкого уровня известности становится средством создания медиаобраза культурного ландшафта одноименного острова Гавайского архипелага;

– синтагматические связи простых, составных и сложных мифолексем с лексемами, несущими смыслы «этнос», «территория» (*алтайский, русский, вайнахский, гавайский, удмуртский, хакасский, национальный, якутский, Абакан, Русь* и др.) или целыми словосочетаниями с перечисленными лексемами (*алтайский Дед Мороз, бурятский Дед Мороз, русский Дед Мороз, удмуртский волшебник, богатырь Руси, духи-хранители Абакана* и др.). Например: *Совсем скоро в Муроме должен открыться туристический комплекс «Имба Илья Муромца», ведь прототипом главного былинного богатыря Руси считается инок Илья Печерский родом из бывшего села Карачарово, вошедшего в состав города в 1960-м* (Муром // Russian Traveler. Сентябрь – ноябрь 2023. № 4 (8). С. 27). Однословная мифолексема *богатырь*, вступающая в присловную связь со словоформой *Руси*, вместе с ойконимом *Муром*, антропонимом *Илья Печерский* и коммерческим урбанонимом «*Имба Илья Муромца*», в структуре которого присутствует мифоантропоним *Илья Муромец*, на лексическом уровне текста служат средствами экспликации медиаобраза культурного

ландшафта древнейшего города во Владимирской области.

Способом приблизить к адресату-интерпретатору медиатекста тревел-дискурса «чужой» культурный ландшафт становится спорадически встречающаяся контекстуальная синонимия, отмеченная на уровне простых (*Шамбала – Беловодье*) и сложных мифолексем (*Аал Луук Мас – Древо Жизни, Ош Поро Кузу Юмо – Добрый Великий Светлый Бог*), а также конструкции с аппозитивной связью, где в качестве определяемого в параллельном ряду слов выступает мифоним. Например: *Это вера в природу, почитание ее сил и духов, которые подвластны верховному божеству Ош Поро Кузу Юмо, Доброму Великому Светлому Богу – именно он вместе с братом Кереметом в образе селезней сотворил мир* (Чудеса земли МАРИЙСКОЙ // *Russian Traveler*. Август 2023. № 3 (7). С. 55); *Суг ээзи, хозяйка воды, как и любая женщина, подвержена настроению. Иногда она упрямо молчит, и когда наступает засуха, иногда гневется наводнениями и проливными дождями, но чаще всего мила и спокойна. Стихия воды в Хакасии – это более 500 пресных и соленых озер, а также 370 рек, самой крупной из которых является Енисей* (Земля пяти стихий // *Отдых в России*. 19.11.2022, <https://rustur.ru/zemlya-pyati-stixij>).

Заключение

Из 504 проанализированных медиатекстов мифолексемы зафиксированы в 91 медиатексте, что составляет 18 % от всего рассмотренного материала и в целом свидетельствует о невысокой частотности этих единиц при формировании и транслировании адресату медиаобразов культурных ландшафтов конкретных территорий в тревел-дискурсе. Уже устоявшееся предположение некоторых географов, культурологов и лингвистов о ведущей роли разных видов реальных топонимов при репрезентации культурного ландшафта, на которое мы ссылались во введении к статье, оказывается верным и для тревел-дискурса. Однако следует признать, что именно мифолексемы, в том числе мифологические имена людей, богов, героев, мест вымышленного мира, волшебных предметов, растений и т. п., вступая в контекстуальное взаимодействие друг с другом, с лексемами реального топонимического сектора, иными группами онимов, экзотизмами, атрибутивной лексикой, становятся маркерами такого неотъемлемого компонента любого культурного ландшафта, как «Духовная культура», того «верхнего слоя», который отражает представления этносов о мироздании, специфику их мировосприятия, аксиологическую систему.

Количественное и качественное сопоставление словников мифолексем из отечественных журналов «Отдых в России», «Вояж» и «Russian Traveler» приводит к выводу: наибольшее количество мифолексем – 67 единиц (т. е. почти 60 % объема всей авторской картотеки) всех 6 выделенных основных ЛСГ – отмечены в медиатекстах журнала «Russian Traveler». Полагаем, что причины этого экстралингвистические и они взаимосвязаны между собой. Во-первых, журнал полностью оправдывает функцию путеводителя «по России и популярным среди российских путешественников странам и направлениям» (О нас. Журнал *Russian Traveler*, <https://rtraveler.ru/about/#rtraveler>). Во-вторых, на своих страницах он размещает информационные материалы, ядро которых составляют медиатексты двух жанров: «инструкции», включающие информацию, потенциально востребованную в путешествии, и «дестинационные» медиатексты, представляющие локус путешествия, выступающий фоном и «субъектом» повествования одновременно. Именно такие медиатексты, реализуя коммуникативный сценарий «путешествие по территории», связаны с «субъектным сектором» культурного ландшафта, наличие которого делает возможным его исследование «сквозь фильтр сознания личности, уделяя внимание ... восприятию, ценностям и смыслам» (Рагулина 2012: 317).

Подводя итог нашим размышлениям, отметим, что перспективным является изучение взаимодействия вербального и невербального (видеоматериалы, фотографии, аудио и т. д.) компонентов представления культурных ландшафтов в русскоязычных тревел-медиатекстах, поскольку в первой четверти XXI в. именно мультимедийные инструменты в первую очередь используются «для сохранения и популяризации культурного наследия» (Симакова 2025: 145); выделение, таксономия и систематизация разноуровневых языковых средств репрезентации топофильных и топофобных культурных ландшафтов в тревел-дискурсе; создание лингвокогнитивных моделей таких ландшафтов, их интерпретация с привлечением междисциплинарных данных. Трудности реализации подобных исследований связаны с неограниченностью и постоянной пополняемостью источников исследования; а также отсутствием электронного корпуса тревел-медиатекстов, что позволяет использовать только метод сплошной выборки при извлечении нужных лексем. Подобное значительно увеличивает время сбора материала и не позволяет его обработать с привлечением корпусных менеджеров.

Список источников

Брагина М. А., Левина В. Н. Образ пространства Тувы в Рунете // *Новые исследования Тувы*. 2023. № 4. С. 185–199. <https://doi.org/10.25178/nit.2023.4.13>.

Бурнаков В. А. Духи Среднего мира в традиционном мировоззрении хакасов. Новосибирск : Институт археологии и этнографии СО РАН, 2006. 208 с.

Волошина С. В. Культурно-языковой ландшафт современной сибирской деревни как результат

взаимодействия культур (на примере д. Березовка Первомайского района Томской области) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2022. № 79. С. 21–39. <https://doi.org/10.17223/19986645/79/2>.

Демешкина Т. А., Дутчак Е. Е. Социокоммуникативное пространство трансграничья: модель реконструкции культурно-языкового ландшафта Сибири // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2020. № 67. С. 28–44. <https://doi.org/10.17223/19986645/67/2>.

Дускаева Л. Р. Познавательльно-просветительская медиаречь: репрезентация коммуникативного сценария трэвел-медиатекстов // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. 2014. Вып. 24, № 26. С. 85–92.

Захарова Н. Е., Захарова А. Е. Исследование культурно-языкового ландшафта Анабарского улуса Республики Саха (Якутия) // Социоллингвистика. 2022. № 2 (10). С. 70–80. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-2-10-70-80>.

Зубанова Л. Б. Мемориальная идентичность: между местом памяти и памятью мест // Челябинский гуманитарий. 2023. № 1 (62). С. 32–38.

Калуцков В. Н. Вопросы репрезентации культурного ландшафта // Вестник Московского университета. Сер. 5. География. 2009. № 5. С. 22–27.

Калуцков В. Н. Культурно-географические проблемы исследований национального пейзажа (на материале русской литературы) // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2025. Т. 28, №. 1. С. 171–185. <https://doi.org/10.55959/MSU-2074-1588-19-28-1-12>.

Ключева М. А. Персонаж *сувер* в марийских народных играх // Ежегодник финно-угорских исследований. 2020. Т. 14, Вып. 2. С. 259–278. <https://doi.org/10.35634/2224-9443-2020-14-2-259-278>.

Лавренова О. А. Семиотическая концепция культурного ландшафта // Человек: образ и сущность. Гуманитарные аспекты. 2019. № 1 (36). С. 38–47.

Мальцев А. И. Беловодье // Православная энциклопедия. Т. IV. М.: Церковно-научный центр «Православная энциклопедия», 2002. С. 534–535.

Напольских В. В. Удмуртские этимологии // Пермистика XII: диалекты и история пермских языков во взаимодействии с другими языками. Ижевск~: Изд-во УдГУ, 2008. С. 218–230.

Рагулина М. В. Спиральная динамика в интегральном исследовании культурного ландшафта: перспективы нового подхода // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2012. № 12 (71). С. 316–322.

Рагулина М. В. Лингвистический и культурный ландшафты в междисциплинарном взаимодействии: современные подходы к исследованию // Социодинамика. 2024. № 11. С. 32–42. <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2024.11.72526>.

Разви С. Дескриптивные и прескриптивные аспекты изучения культурного ландшафта страны в контексте сравнительно-сопоставительных культурологических исследований // Cross-Cultural Studies: Education and Science. Vol. 6, Iss. 3. 2021. P. 109–115. <https://doi.org/10.24412/2470-1262-2021-3-109-115>.

Садуов Р. Т. Полевое исследование культурно-языкового ландшафта в национальной республике: описание и обоснование проекта // Экология языка и коммуникативная практика. 2020. № 1. С. 23–29. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-098>.

Симакова С. И. Представление символического капитала Аркаима в поликодовом медиатексте // Вопросы теории и практики журналистики. 2025. Т. 14, № 1. С. 137–149. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2025.14\(1\).137-149](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2025.14(1).137-149).

Стрелецкий В. Н. Культурно-ландшафтные исследования за рубежом: национальные традиции и научные школы в мировой культурной географии // Псковский регионологический журнал. 2020. Вып. 3 (43). С. 73–91. <https://doi.org/10.37490/S221979310010477-7>.

Хохолова И. С., Филиппова В. В. Культурный ландшафт северных городов Якутии: языковой и политический контекст // Социоллингвистика. 2024. № 4 (20). С. 85–105. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-4-20-85-105>.

Meluzzi C., Balsamo S. The language of food and wine tourism on the web. Online Journal of Communication and Media Technologies. 2021. No. 11 (2). P. 1–11. <https://doi.org/10.30935/ojcm/10821>.

Salim M.A.M., Mat Som A.P. Shaping Tourist Destinations Through Language and Visual Elements on Tourism Websites A Tourism Discourse Perspective. International Journal of Engineering & Technology. 2018. No. 7. P. 364–369.

References

Bragina, M. A., Levina, V. N. (2023). *Obraz prostranstva Tuvy v Runete* [The image of Tuva's space in Runet]. *New Research of Tuva*, 4, 185–199. <https://doi.org/10.25178/nit.2023.4.13>. (In Russ.).

Burnakov, V. A. (2006). *Dukhi Srednego mira v traditsionnom mirovozzrenii khakasov* [The spirits of the Middle World in the traditional worldview of the Khakass people]. Novosibirsk: Institut arkheologii i etnografii SO RAN. 208 p. (In Russ.).

Voloshina, S. V. (2022). Kul'turno-iazykovoii landshaft sovremennoi sibirskoi derevni kak rezul'tat vzaimodeistviia kul'tur (na primere d. Berezovka Pervomaiskogo raiona Tomskoi oblasti) [The cultural and linguistic landscape of a modern Siberian village as a result of cultural interaction (on the material of Beryozovka, a village in Pervomaysky District, Tomsk Oblast)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, 79, 21–39. <https://doi.org/10.17223/19986645/79/2>. (In Russ.).

Demeshkina, T. A., Dutchak, E. E. (2020). Sotsiokommunikativnoe prostranstvo transgranich'ia: model' rekonstruktsii kul'turno-iazykovogo landshafta Sibiri [The socio-communicative space of transboundary areas: a reconstruction model of the cultural and linguistic landscape of Siberia]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, 67, 28–44. <https://doi.org/10.17223/19986645/67/2>. (In Russ.).

Duskaeva, L. R. (2014). Poznavatel'no-prosvetitel'skaia mediarech: reprezentatsiia kommunikativnogo stsenariia trevel-mediatekstv [Educational media speech: representation of the communicative script of travel media texts]. *Nauchnye vedomosti BelGU. Ser. Gumanitarnye nauki*, 24 (26), 85–92. (In Russ.).

Zakharova, N. E., Zakharova, A. E. (2022). Issledovanie kul'turno-iazykovogo landshafta Anabarskogo ulusa Respubliki Sakha (Iakutiia) [Study of the cultural and linguistic landscape of the Anabar ulus of the Republic of Sakha (Yakutia)]. *Sotsiolingvistika*, 2 (10), 70–80. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-2-10-70-80>. (In Russ.).

Zubanov, L. V. (2023). Memorial'naya identichnost': mezhdu mestom pamyati i pamyat'yu mest [Memorial identity: between the place of remembrance and the memory of place]. *Chelyabinskij Gumanitarij*, 1 (62), 32–38. (In Russ.).

Kalutskov, V. N. (2009). Voprosy reprezentatsii kul'turnogo landshafta [To the representation of cultural landscape]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 5. Geografiia*, 5, 22–27. (In Russ.).

Kalutskov, V. N. (2025). Kul'turno-geograficheskie problemy issledovaniia natsional'nogo peizazha (na materiale russkoi literatury) [Cultural and geographical problems of national landscape research (based on the material of Russian literature)]. *Lomonosov Linguistics and Intercultural Communication Journal*, 1(28), 171–185. <https://doi.org/10.55959/MSU-2074-1588-19-28-1-12> (In Russ.).

Kliucheva, M. A. (2020). Personazh vuv'er v maiiskikh narodnykh igrakh [Woover as a character of Mari folk games]. *Ezhegodnik finno-ugorskikh issledovaniia*, 14 (2), 259–278. <https://doi.org/10.35634/2224-9443-2020-14-2-259-278>. (In Russ.).

Lavrenova, O. A. (2019). Semioticheskaia kontseptsiiia kul'turnogo landshafta [Semiotic concept of cultural landscape]. *Chelovek: obraz i sushchnost'*. *Gumanitarnye aspekty*, 1 (36), 38–47. (In Russ.).

Mal'tsev, A. I. (2002). Belovod'e [Belovodye]. *Pravoslavnaia entsiklopediia. T. IV*. Moscow: Tserkovno-nauchnyi tsentr "Pravoslavnaia entsiklopediia", 534–535. (In Russ.).

Napolskikh, V. V. (2008). Udmurtskie etimologii [Udmurt etymologies]. In A. F. Shutov (Ed.). *Permistika XII: dialekty i istoriia permskikh iazykov vo vzaimodeistvii s drugimi iazykami*. Izhevsk: Udmurt State University Publ., 218–230. (In Russ.).

Ragulina, M. V. (2012). Spiral'naia dinamika v integral'nom issledovanii kul'turnogo landshafta: perspektivy novogo podkhoda [Spiral dynamics in cultural landscape integral studies: new approach prospects]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*, 12 (71), 316–322. (In Russ.).

Ragulina, M. V. (2024). Lingvisticheskii i kul'turnyj landshafty v mezhdistiplinarnom vzaimodeistvii: sovremennye podkhody k issledovaniiu [Linguistic and cultural landscapes in interdisciplinary Interaction: modern research approaches]. *Sotsiodinamika*, 11, 32–42. <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2024.11.72526> (In Russ.).

Razvi, S. (2021). Deskriptivnye i preskriptivnye aspekty izucheniia kul'turnogo landshafta strany v kontekste sravnitel'no-sopostavitel'nykh kul'turologicheskikh issledovaniia [Descriptive and prescriptive aspects of studying the cultural landscape of the country in the context of comparative cultural studies]. *Cross-Cultural Studies: Education and Science*, 6 (3), 109–115. <https://doi.org/10.24412/2470-1262-2021-3-109-115>. (In Russ.).

Saduov, R. T. (2020). Polevoe issledovanie kul'turno-iazykovogo landshafta v natsional'noi respublike: opisanie i obosnovanie proekta [Field research of the cultural and linguistic landscape in the national republic: description and foundation of the project]. *Ekologiya iazyka i kommunikativnaia praktika*, 1, 23–29. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-098>. (In Russ.).

Simakova, S. I. (2025). Predstavlenie simvolicheskogo kapitala Arkaima v polikodovom mediatekste [Presentation of the symbolic capital of Arkaim in a polycode media text]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 14 (1), 137–149. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2025.14\(1\).137-149](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2025.14(1).137-149). (In Russ.).

Streletskii, V. N. (2020). Kul'turno-landshaftnye issledovaniia za rubezhom: natsional'nye traditsii i nauchnye shkoly v mirovoi kul'turnoi geografii [Cultural and landscape research abroad: national traditions and scientific schools in world cultural geography]. *Pskovskii regionologicheskii zhurnal*, 3 (43), 73–91. <https://doi.org/10.37490/S221979310010477-7>. (In Russ.).

Khokholova, I. S., Filippova, V. V. (2024). Kul'turnyi landshaft severnykh gorodov Iakutii: iazykovoii i politicheskii kontekst [Cultural landscape of the northern cities of Yakutia: linguistic and political context]. *Sotsiolingvistika*, 4 (20), 85–105. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-4-20-85-105>. (In Russ.).

Meluzzi, C., Balsamo, S. (2021). The language of food and wine tourism on the web. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 11 (2), 1–11. <https://doi.org/10.30935/ojcm/10821>.

Salim, M.A.M., Mat Som, A.P. (2018). Shaping Tourist Destinations Through Language and Visual Elements on Tourism Websites A Tourism Discourse Perspective. *International Journal of Engineering & Technology*, 7, 364–369. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.34.26874>.

Информация об авторе

О. А. Селеменова – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русской филологии и журналистики

Information about the author

Olga A. Selemeneva – Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Russian Philology and Journalism

Автор заявляет об отсутствии конфликтов интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 16.11.2025; одобрена после рецензирования 02.02.2026; принята к публикации 20.03.2026.

The article was submitted 16.11.2025; approved after reviewing 02.02.2026; accepted for publication 20.03.2026.