

Научная статья

УДК 81'42

DOI 10.25205/1818-7935-2025-23-1-33-45

**«Гейша», «бюнад», «женневер»:
экзотизмы как репрезентанты геокультурных образов
в туристическом дискурсе**

Ольга Александровна Селеменова

Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина
Елец, Россия

ol.semeneva2011@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0488-8428>

Аннотация

Статья посвящена экзотизмам как средствам лексической экспликации геокультурных образов территорий в туристическом дискурсе. Материалом исследования послужил отечественный журнал-тревелог «Russian Traveler». Из выпусков за 2023–2024 гг. методом сплошной выборки было извлечено 238 экзолексем, интерпретированных путем привлечения лексикографических и этнографических источников, опоры на контекст. Экзотизмы классифицированы на 12 тематических групп, соотносящихся с 4 базовыми фрагментами национальных картин мира. Автор приходит к выводу, что одновременное использование различных тематических групп экзотических апеллятивов, реалонимов и мифонимов позволяет формировать геокультурные образы территорий в совокупности их физико-географической, социокультурной, традиционно-бытовой, этномировоззренческой и других составляющих. Экзотизмы в туристическом дискурсе журнала-тревелога актуализируют фоновые знания читателя об «иных» странах, регионах и городах, поддерживают гетеростереотипы, способствуя продвижению туристического продукта.

Ключевые слова

геокультурный образ, туристический дискурс, журнал-тревелог, экзотизм, апеллятив, оним, этностереотип

Для цитирования

Селеменова О. А. «Гейша», «бюнад», «женневер»: экзотизмы как репрезентанты геокультурных образов в туристическом дискурсе // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2025. Т. 23, № 1. С. 33–45. DOI 10.25205/1818-7935-2025-23-1-33-45

© Селеменова О. А., 2025

“Geisha”, “Bunad”, “Gennever”: Exoticisms as Representatives of Geocultural Images in Tourist Discourse

Olga A. Selemeneva

Bunin Yelets State University
Yelets, Russia

ol.selemeneva2011@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0488-8428>

Abstract

This article deals with the issue of lexical explication of geocultural territory images in tourist discourse. As a linguistic tool for creating authentic images of spaces in “other cultures”, the author considers exotic lexemes functioning in the relatively new magazine “Russian Traveler” as a written alternative of tourist discourse. By continuous sampling of the issues for the period 2023–2024 a selection of 238 exotic words was made. These words were interpreted with the help of lexicographic and ethnographic sources as well as contextual analysis. In the process of systematising the linguistic material, 12 thematic groups of exoticisms with different frequency were identified: “Natural geographical objects”, “Food and drinks”, “Mythology”, “Plant world”, etc. These groups describe basic fragments of the ethnic world view. The use of various thematic groups of exoticisms-appellatives as well as simultaneous functioning of realonyms and mythonyms, among which there are theonyms, hydronyms, anthroponyms, demononyms, toponyms, and other semantic subgroups of the above lexicon, makes it possible to create geocultural images of territories at the verbal level of the analysed texts in conjunction with their physical and geographical, sociocultural, traditional and domestic, ethnic, and other components. In general, exotic vocabulary in tourist discourse actualises readers’ background knowledge about “other” countries, regions, towns and cities, explicates ritual meanings, supports ethnostereotypes, thus contributing to the promotion of a tourist product.

Keywords

geocultural image, tourist discourse, travelogue magazine, exoticism, appellative, onym, ethnostereotype

For citation

Selemeneva O. A. “Geisha”, “Bunad”, “Gennever”: Exoticisms as Representatives of Geocultural Images in Tourist Discourse. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2025, vol. 23, no. 4, pp. 33–45. DOI 10.25205/1818-7935-2025-23-1-33-45

Введение

Туристический дискурс как самостоятельный вид дискурса, хотя и гибридный по природе, характеризуется не только конкретной тематической направленностью – отдых, путешествия, адресностью – турист, целью – информирование о месте, маршруте, но и «специфичным набором языковых средств» [Филатова, 2012. С. 41]. Наиболее привлекательным предметом анализа в лингвистических работах отечественных и зарубежных ученых первой четверти XXI в. становится лексика туристического дискурса, своеобразие которой – диффузность и регулярная обновляемость англицизмами, терминами, профессионализмами, словами-гибридами и иными пластами слов – обусловливается процессами интернационализации и глобализации, установкой на формирование системы ценностей адресата [Катермина, 2023; Kiss, 2018; Thurlow, Jaworski, 2011].

Новый импульс изучению лексического состава языка туристического дискурса получает в связи с популяризацией в последние годы концепции «национального брендинга мест» британского политолога С. Анхолта [Mityagina et al., 2018. Р. 541] и сложного понятия «геокультура» американского социолога И. Валлерстайна, трактуемого в культурной географии как «процесс и результат развития географических образов в конкретной культуре» [Замятин, 2002. С. 5].

В отечественном языкознании к исследованию лексико-фразеологического способа экспликации геокультурных образов территорий в научном, рекламном, художественном, газетно-публицистическом дискурсах уже обращались Ю. Н. Варфоломеева [2021], М. В. Голомидова [2015; 2023], Ю. А. Кривошапова [2017; 2020], Н. А. Купина [2016] и некоторые другие

ученые. К маркерам геокультурных образов разных регионов и населенных пунктов России были отнесены апеллятивы некоторых лексико-семантических групп, онимы, преимущественно топонимы, словосочетания с различной степенью идиоматичности компонентов. Так, М. В. Голомидова урбанонимы называет тем «вербальным материалом», в котором отражается образ города Екатеринбурга [Голомидова, 2023. С. 30], а имена золотых приисков – «ключом» к уникальному культурному «портрету» территории Урала [Голомидова, 2015. С. 101]. Ю. Н. Варфоломеева в системе эргоурбонимов, выполняющих имиджевую и навигационную функции, видит отражение особенностей «истории и культуры» Улан-Удэ [Варфоломеева, 2021. С. 3758]. У Н. А. Купиной топонимы типа *Новоалексеевское*, *Флюс*, *Старые Решеты*, *Билимбай*, *Черемша* и др. создают «местный колорит» Первоуральска [Купина, 2016. С. 14–15]. Ю. В. Кривошапова в качестве «лингвистической составляющей регионального культурного бренда» Русского Севера [Кривошапова, 2017. С. 93] рассматривает устойчивые словосочетания с оттопонимическим прилагательным (*каргопольская игрушка*, *мезенская роспись* и др.), а минералогическую лексику (*уральский агат*, *тагильский малахит* и др.) считает инструментом формирования «региональных микробрендов» Урала [Кривошапова, 2020. С. 241].

В зарубежной лингвистике тоже обнаруживаются исследования лексической составляющей геокультурных образов пространств. Хотя подобные работы встречены нами sporadически, выполняются они, что следует отметить особо, на материале именно туристического дискурса. Например, М. А. М. Салима и А. П. Мат Сом к средствам экспликации геокультурного образа территории индонезийского округа Тана-Тораджи относят слова и словосочетания типа *relaxing ambience*, *calm* и *beautiful* [Salim, Mat Som, 2018. P. 367].

В силу малоизученности вопроса лексических средств репрезентации геокультурных образов в туристическом дискурсе, но несомненном интересе ученых к постоянно меняющемуся и обновляющемуся языку текстов сферы туризма в целом, объектом анализа в статье становится письменная разновидность туристического дискурса, а предметом – экзотическая лексика. Целью статьи является рассмотрение экзолексем в контексте проблемы лингвистической составляющей геокультурных образов.

Выбор источника исследования – журнала-тревеллога «Russian Traveler» – обусловлен двумя причинами: во-первых, на информационном рынке России подобные журналы «представляют один из наиболее активно развивающихся и перспективных сегментов прессы путешествий», отражающей проявление процесса глокализации [Лучинская, 2009. С. 4]; во-вторых, журнал «Russian Traveler» выступает относительно новым периодическим изданием, выпускаемым с апреля 2022 г. в связи с приостановкой деятельности международного журнала «National Geographic» в России.

Обращение к экзотизмам как предмету анализа мотивировано особенностями их семантики и функционального потенциала. Они несут «в своих значениях указание на определенную специфику культуры народа, особенности его обычаев, его менталитета» [Крысин, 2007. С. 84], поэтому выступают «идеальным маркером аутентичности» [Thurlow, Jaworski, 2011. P. 291] и служат инструментом усиления «ощущения территориальности» (перевод наш. – О. С.) [Meluzzi, Balsamo, 2021. P. 5].

Всего из журнальных выпусков за 2023–2024 гг. методом сплошной выборки было извлечено 238 экзотизмов. Оставляя в стороне вопросы неоднородности корпуса заимствованной лексики в русском языке, степени ее освоения, признаков, отграничивающих экзотизмы от других групп заимствований, отметим, что при формировании авторской картотеки примеров под экзотизмами понимались лексемы, обозначающие уникальные для принимающей культуры и языка (в нашем случае – русского) реалии – географические, бытовые, исторические, религиозные и т. д. Для интерпретации экзолексем использовались лексикографические и этнографические источники: словари, энциклопедии, историко-этнографические справочники и очерки [Бойко, 2019; БРКС; БРМС; БУРС; Волкова, Дементьев, 2006; Крысин, 2006; МНМ, 1998; МЭС, 1990; НЗЕ, 1965; НЭС, 2000; РКС, 1940; СГНЗС, 1986; ХРС, 2006; Шагда-

ров, Черемисов, 2010]. При отсутствии слова в словарях для определения значения привлекался контекст, материалы путеводителей, кулинарных книг, веб-сайтов о путешествиях.

Результаты исследования

Поскольку «Russian Traveler» позиционирует себя «лучшим путеводителем» не только по России, но и «популярным среди российских путешественников странам и направлениям»¹, в контексте экзолексемы маркируют геокультурные образы ряда государств Ближнего Востока (Турция, Грузия), Азии (Тайланд, Япония, Шри-Ланка, Индия и др.), Скандинавского полуострова (Норвегия), Африки (Кения, Танзания, Эфиопия), Океании (Папуа – Новая Гвинея), Европы (Сербия, Голландия, Испания и др.) и субъектов Российской Федерации (республики Бурятия, Удмуртия, Ингушетия, Калмыкия, Карелия, Марий Эл, Дагестан и др.).

Например: *Если в любой точке мира в бар идут, чтобы выпить, то испанцы делают это, чтобы закусить. Что именно будет плескаться в бокалах – пиво, вино, игристая кава или фруктовая сангрия – не так уж важно, популярность заведения определяет не выбор напитков, а ассортимент тапас. <...> Тапас-бары можно найти в любом уголке Испании. В Мадриде тапедарить обычно отправляются в район Ла-Латина, в Барселоне наибольшей народной любовью пользуются заведения на рынке Бокерия (boqueria.barcelona), но особенно развита тапас-культура на юге страны, в Андалусии [Russian Traveler, март – апрель 2024, № 1 (10). С. 60].* В приведенном примере встречается несколько экзотических апеллятивов: *ка́ва* (исп. *cava*, ‘разновидность высококачественных игристых вин, произведенная традиционным способом’ [Волкова, Дементьев, 2006. С. 138]), *сангрия́* (исп. *sangría*, ‘традиционный слабоалкогольный прохладительный напиток’ [Там же. С. 517]) и *та́пас* (исп. *tapa*, т. е. ‘крышка’; ‘любые закуски, подаваемые в Испании к вину или пиву’ [Там же. С. 541]). Они служат средством маркирования такой важной аксиологической составляющей геокультурного образа Испании, как «Гастрономическая культура». Экзотизмы активизируют фоновые знания читателя о стране и поддерживают гетеростереотипы: простота испанской гастрономической традиции, разнообразие и высокое качество продуктов, хлеб и вино как «базовые элементы испанской гастрономии» [Раевская, Киселева, 2015. С. 82]. А глагольная экзолексема *тапедарить*² (исп. *tapear*) в значении ‘совершать поход по барам с целью отведать с вином и пивом разнообразные закуски’ [Волкова, Дементьев, 2006. С. 541], слова-композиции *тапас-бар* и *тапас-культура* отсылают уже к поведенческому аспекту испанской национальной идентичности – высокому уровню общительности.

Все зафиксированные в текстах экзолексемы можно дифференцировать на 12 тематических групп, коррелирующих с 4 фрагментами картины мира «другого» этноса:

- I. «Природно-физический и природно-антропогенный национальный ландшафт»;
- II. «Материальный мир повседневности этноса»;
- III. «Интеллектуально-духовная жизнь народа»;
- IV. «Социокультурные аспекты жизни этноса».

I. Природно-физический и природно-антропогенный национальный ландшафт

Первый фрагмент «Природно-физический и природно-антропогенный национальный ландшафт» представлен 3 тематическими группами (далее – ТГ) разной частотности:

- 1) ТГ «Природные географические объекты» – 19 %;
- 2) ТГ «Административно-территориальные единицы» – 16,4 %;
- 3) ТГ «Растительный мир» – 2,5 %.

¹ О нас. Russian Traveler. URL : <https://rtraveler.ru/about/#rtraveler> (дата обращения: 11.04.2024).

² Пример глагольной экзолексемы единичен. 99,3 % экзотизмов авторской картотеки составляют субстантивы.

Первая и вторая ТГ аккумулируют проприальную топонимическую экзолексикку разных семантических подгрупп – комонимы, астионимы, гидронимы, оронимы, инсулонимы и др., а третья ТГ – экзотические апеллятивы: *Каишкэйи* (порт. *Cascais*; ‘город и морской порт в Португалии’ [СГНЗС, 1986. С. 157]), *Эрджиёс* (тур. *Erciyes*, ‘стратовулкан в Турции’ [Там же. С. 449]), *Маха-Ойя* (синг. මහ මය, т. е. ‘Великая река’, ‘крупный водоток в провинции Сабарагамува на Шри-Ланке’³), *сáкура* (яп. 桜, т. е. ‘цветущая вишня’; ‘вишневое дерево, служащее символом Японии’ [Крысин, 2006. С. 689]) и др.

Именуя населенные пункты, природные водные потоки, участки суши естественного происхождения, формы рельефа и геологические образования, районы, улицы и т. д., экзолексемы отсылают к ключевым точкам «собственной территории» этносов и репрезентируют физико-географический и антропогенно-урбанистический компоненты геокультурных образов европейских и азиатских городов и стран, представленных в туристическом дискурсе журнала как рекомендуемые отечественным туристам направления для путешествий.

Например: *Деревянная церковь-ставкирка в городе Урнес – старейшая в Норвегии, ее возвели приблизительно в 1130 году. <...> Ставкирок в Норвегии осталось меньше 30. <...> В каждом регионе Норвегии – своя вариация костюма бюнад... <...> Деревушка Шольден стоит на берегу Согне-фьорда, самого длинного в Европе – его протяженность составляет 204 км [Russian Traveler, август 2023, № 3 (7). С. 73]. В приведенном примере геокультурный образ самой северной страны Европы Норвегии создается совокупностью экзолексем: ойконимами *Шольден* (норв. *Skjolden*) и *Урнес* (норв. *Urnes*), обозначающими, исходя из контекста, населенные пункты в составе норвежской коммуны Лустер; пелагонимом *Согне-фьорд* (норв. *Sognefjorden*), именуящим фьорд на территории Согн-ог-Фьоране [СГНЗС, 1986. С. 341]; апеллятивами *бюна́д* (норв. *bunad*) со значением ‘норвежский традиционный костюм’ [НЗЕ, 1965. С. 50] и *ставкíрка* (норв. *stavkyrkje*) со значением ‘каркасный деревянный средневековый храм в Скандинавии’⁴. Экзолексемы, будучи ситуативно и тематически связаны с языковой доминантой – топонимом Норвегия, создают геокультурный образ страны в единстве физико-географического, антропогенно-урбанистического и традиционно-бытового компонентов.*

II. Материальный мир повседневности этноса

Второй фрагмент инокультурной картины мира – «Материальный мир повседневности этноса» – в анализируемых текстах журнала-тревелога «Russian Traveler» маркируется экзотизмами, относящимися к 3 тематическим группам:

- 1) ТГ «Еда и напитки» – 17,2 %;
- 2) ТГ «Одежда и обувь» – 2,1 %;
- 3) ТГ «Помещения» – 4,6 %.

Экзолексемы перечисленных ТГ эксплицируют, с одной стороны, неповторимое своеобразие картины мира жителей «иных» стран – испанцев, китайцев, японцев, голландцев, гвинейцев, индийцев, турок и др., с другой – народов, входящих в состав России: бурят, татар, башкир, удмуртов, дагестанцев, чеченцев и др.: *женне́вер* (нидерл. *jenever*, ‘нидерландский джин, перегоняемый с ячменем и выдержанный в деревянных бочках’⁵), *идзакáя* (яп. 居酒屋, ‘тип японского неформального питейного заведения’⁶), *подкóгыльо* (мар. *подкóгыльо*, ‘пельмени-вареники с разными начинками’ (БРМС)) и др.

³ Шри-Ланка: реки. URL: <https://www.fao.org/4/T0028E/T0028E02.htm> (дата обращения: 12.04.2024).

⁴ Urnes Stave Church. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/58/> (дата обращения: 21.03.2024).

⁵ Вадим Ф. Крепкие спиртные напитки. Как правильно пить и получать от этого удовольствие. М.: Астрель; СПб.: Полигон, 2011. С. 184.

⁶ What Is Izakaya?: Japanese Way of Drinking // Japan Wonder Travel Blog. URL: <https://blog.japanwondertravel.com/izakaya-a-different-way-to-drink-889> (дата обращения 23.04.2024).

Например: *Сегодня Британию невозможно представить без пабов. <...> Но появились они здесь благодаря древним римлянам: на завоеванных островах легионеры построили не только дороги, но и придорожные таверны... Римляне ушли, но постоянные дворы остались, предлагалось в них уже не вино, а эль, и заведения стали называть эльхаусами. <...> Эльхаусы стали настоящими общинными центрами, куда приходили поболтать и решить дела за пинтой пива. Так и появилось слово «паб», сокращение от *public house* – «общественный дом» [Russian Traveler, март – апрель 2024, № 1 (10). С. 64]. Экзотизмы эль (англ. *ale*, ‘светлое английское пиво’ [Крысин, 2006. С. 918]), а также паб (англ. *Pub*, ‘род пивной, трактира в Англии и некоторых других странах’ [Там же. С. 555]) и эльхаус (англ. *ale-house*, в контексте – ‘традиционные пивные заведения Великобритании и Ирландии’) позволяют адресанту эксплицировать один из важных стереотипов британской культуры, исторически и социально обусловленный: англичане регулярно посещают пабы, которые для них становятся не просто местом для приятной беседы, а вторым домом, где можно пренебречь правилами сдержанности и всякого рода условностями [Фокс, 2008. С. 111–113].*

Состав ТГ «Еда и напитки», самой значительной по объему, сформирован примерно на 67 % экзотизмами из языков финно-угорских народов (удмурты, марийцы, коми-зыряне), монгольских (буряты, калмыки), тюркских (кумыки, хакасы). Мы фиксируем присутствие в текстах туристического дискурса:

- мариизмов (*команмелна́* от мар. *коман* – ‘слоеный’, *мелна* – ‘блин’; ‘слоеные блины в марийской кухне из разных видов муки’ (БРМС));
- удмуртизм (*посятэм* от удм. *пöсятэм*; ‘алкогольный напиток, подогретая кумышка’ (БУРС));
- бурятизм (*буузы*, *пöзы* от бур. бууза; ‘большие пельмени, сваренные на пару’ (Шагдаров, Черемисов, 2010. С. 159));
- калмыцизм (*дóтур*, *дóтур* от калм. *доотр* – ‘внутри’; ‘традиционное калмыцкое блюдо, готовящееся из внутренностей барана путем варки’ (РКС, 1940. С. 38));
- экзолексем из коми-зырянского (*саламáт*, у коми – *саламат*; ‘каша, поджаренная на масле или сале’ (БРКС)) и кумыкского языков (*урбéч* от кум. *урбеч*; ‘паста из семян или орехов, измельченных почти до степени однородности’ [Ибрагимова, 2018. С. 34]).

Перечисленная кулинарно-гастрономическая лексика используется для репрезентации локальных субобразов регионов и создания геокультурного образа России как страны со множеством этнических единиц, сохраняющих свою самобытность. Например: *Национальный хакасский продукт – талган, ячменная крупа, которую мелют на больших каменных жерновах. Из талгана, яиц и жирной сметаны варят ритуальную кашу потхы для почитания духов. <...> Пирожки коптиргес с начинкой из молотого кедрового ореха со сливочным маслом, лепешка чалбах из теста на опаре, кровяная колбаса хан с добавлением риса и лука, суп чарба-угре с сечкой и бараньими кишками – всех традиционных яств и не перечислить!* [Russian Traveler, март – апрель 2024, № 1 (10). С. 54]. В приведенном примере актуализирована не составляющая «Мекка сибирской археологии» в геокультурном образе Хакасии, а «Крупный центр гастротуризма, сибирского гостеприимства». Она эксплицирована совокупностью экзотизмов, у которых в контексте актуализируются семы ‘национальный’, ‘самобытный’: *талгáн* (хак. *талган*, ‘мелко смолотый обжаренный ячмень или пшеница, употребляемые в пищу с молоком, маслом или абыртхы’ [ХРС, 2006. С. 582]), *потхá* (хак. *потхы*, ‘хакасская каша на сметане, которая варится до появления масла’ [Там же. С. 385]), *коптиргéс* (хак. *köptirgес* – ‘коржик’ [Там же. С. 204]; в контексте слово имеет значение ‘маленькие пирожки с начинкой из обжаренных кедровых орехов и сливочного масла’), *чалбáх* (хак. *чалбах* – ‘ширина’ [Там же. С. 933], в контексте – ‘лепешки из дрожжевого теста’), *чáрба-угрэ* (от хак. *чарба* – ‘крупа’ [Там же. С. 944] и *ýгре* – ‘суп’ [Там же. С. 744], в контексте – ‘традиционный хакасский суп из внутренностей барана, в котором используются зерна ячменя крупного помола’) и *хáн* (хак. *хán* – ‘кровяная колбаса, приготовленная из плазмы крови скота’ [Там же. С. 797]).

III. Интеллектуально-духовная жизнь народа

Третий фрагмент картины мира «иноного» этноса – «Интеллектуально-духовная жизнь народа» – в туристическом дискурсе представлен экзотизмами 3 тематических групп:

- 1) ТГ «Религиозные верования и народные обряды» – 8 %;
- 2) ТГ «Мифология» – 9,2 %;
- 3) ТГ «Музыкальная культура» – 4,6 %.

Экзолексемы перечисленных ТГ связаны с мировоззрением народа, его религией, философией, фольклором, искусством: *карт* (мар. *карт* – ‘жрец’ [БМРС]; в контексте – ‘жрец у марийцев, творящий религиозно-мифологические идеи и распространяющий их среди соплеменников’), *Семык* (мар. *семык*, рел. [Там же], в контексте – ‘день поминовения родителей, обряд ритуального кормления умерших у марийцев’), *йоухикко* (карел. и фин. *jouhikko*, ‘карело-финский трехструнный смычковый инструмент’ [МЭС, 1990. С. 221]), *Калевала* (карел. и фин. *Kalevala*, ‘мифическая страна, где действуют герои карело-финского эпоса’ [НЭС, 2000. С. 463]) и др.

Ядром самой объемной из перечисленных выше ТГ становится экзотическая проприальная лексика из этнических мифологий – теонимы, демонимы, мифотопонимы. Интертекстуальная природа экзотических мифонимов актуализирует легендарно-историческую составляющую геокультурных образов, представленную как сакрально-мифологический компонент и/или религиозно-философский. Эта составляющая образа территории особо важна, поскольку транслирует систему ценностей этноса, специфику его самоидентификации.

Например: *Высочайшая гора Страны восходящего солнца Фудзияма – активный стратовулкан, который стал одним из самых узнаваемых и культовых символов Японии наряду с сакурой и гейшами. Она высится на острове Хонсю... По преданию, здесь обитает множество божеств, но главной богиней горы является принцесса Коноханасакуя. Фудзи воспета в бесчисленных хокку, ее силуэт красуется на самых знаменитых японских гравюрах* [Russian Traveler, март – апрель 2024, № 1 (10). С. 29]. В приведенном примере геокультурный образ Японии формируется совокупностью экзолексем – реалонимами, мифонимами, апеллятивами. Инсулоном *Хонсю* (яп. 本州, ‘наиболее крупный остров Японского архипелага’ [НЭС, 2000. С. 1320]), ороним *Фудзияма* (яп. 富士山, ‘действующий вулкан на о. Хонсю’ [Там же. С. 1300]) и фитоним *сакура* эксплицируют собственно географический компонент геокультурного образа Японии. Апеллятивы *гейша* (яп. 芸者, ‘женщина, обученная музыке, танцам, умению вести светскую беседу и приглашаемая на роль гостеприимной хозяйки на приемы, банкеты и т. п.’ [Крысин, 2006. С. 183]) и *хокку* (яп. 俳句, ‘древняя национальная форма японской поэзии в виде трехстрочного лирического стихотворения’ [Там же. С. 859]) отвечают за ценностную социально-культурную составляющую геокультурного образа Японии; а теоним *Коноханасакуя* (яп. 木花開耶姫, 木花咲耶姫 или 木花開耶姫, в синтоистской мифологии – дочь бога гор Ооямацуми, старшего брата солярной богини Аматаэрасу, богиня цветов сакуры и горы Фудзияма, символ мимолетности жизни [МНМ, 1998. С. 165]) – за его сакрально-мифологический компонент. В тексте введение теонима сразу превращает географический объект – гору Фудзи – в культовый, который, очевидно, выполнял для японцев консолидирующую (условный центр территории) и медиаторную (посредник между богами и людьми) функции.

IV. Социокультурные аспекты жизни этноса

Фрагмент картины мира «Социокультурные аспекты жизни этноса» воплощается в экзолексемах тоже 3 тематических групп:

- 1) «Этническая общность» – 3,7 %;
- 2) «Наименования знаковых систем» – 3 %;
- 3) «Личное имя представителя этноса» – 9,7 %.

К этим ТГ относятся этнонимы, именующие этнические сообщества как биологический и социальный феномен; антропонимы, выступающие средством идентификации человека как представителя определенного этнического коллектива; названия этнических языков, обеспечивающих социальную связь: *ливвик* (карел. *liygiläine* – ‘карел-ливвик’ [Бойко, 2019. С. 148], ‘один из крупных субэтносов в составе карельского этноса’); *Бунчай Бенчаронгкулу* (тайск. บุญชัย เบนชรองกุล, англ. *Boonchai Bencharongkul*, антропоним именуется тайского бизнесмена-миллионера и коллекционера произведений искусства⁷); *ток-писин* (самоназвание – *Tok Pisin*, ‘креольский язык, распространенный в Папуа – Новой Гвинее’, в лингвистической литературе известен как неомеланезийский [Дьячков и др., 1981. С. 8]) и др.

Из перечисленных экзолексем особая роль в текстах туристического дискурса отводится антропонимам: на первый план выдвигаются познавательная функция, отсылающая к историко-культурной среде возникновения, и аксиологическая, связанная со значимостью индивида-носителя имени [Шенкао, 2002. С. 12–13]. На уровне микроконтекстов экзотические антропонимы связаны с другими экзотическими онимами – преимущественно с топонимами, гидронимами, экклезионимами. Так создаваемый на страницах журнала «Russian Traveler» образ территории предстает в единстве физико-географического, философско-религиозного и социокультурного компонентов. Например: *Святынище Симмалака на озере Бейра спроектировал уроженец острова, основоположник тропического модернизма Джефффри Бава* [Russian Traveler, март – апрель 2024, № 1 (10). С. 69]. В приведенном высказывании при репрезентации геокультурного образа крупнейшего города Шри-Ланки Коломбо использовано сразу три экзотических онима: экклезионим *Симмалака* (синг. සීමා මාලකය, англ. *Seema Malaka*, ‘буддийский храм в Коломбо’⁸), лимноним *Бейра* (синг. බේරලේ ඵලව, англ. *Beira Lake*, ‘озеро в центре Коломбо’⁹) и, наконец, антропоним *Джефффри Бава* (синг. ජෙෆ්ෆ්‍රි බාවා, англ. *Geoffrey Bawa*, имя азиатского архитектора из Шри-Ланки, известного таким стилем, как тропический модернизм¹⁰). Они становятся, с одной стороны, средствами аттракции, привлечения внимания адресата к сообщению, с другой – экспликации ряда идей, важных для повышения туристско-рекреационного потенциала Шри-Ланки: «экзотичность острова», «уникальность историко-культурного наследия», «сочетание многовековых традиций и современности».

Заключение

Подводя итог, отмечаем, что заметным пластом лексики, функционирующей в туристическом дискурсе, являются экзотизмы. Их присутствие обнаружено более чем в 60 % текстов, размещенных в выпусках журнала-тревелого «Russian Traveler» за 2023–2024 гг. Семантика экзотизмов и способность служить знаками аутентичности обуславливает возможность их включения в систему лексических средств репрезентации различных геокультурных образов.

Двенадцать выделенных ТГ экзотизмов разной частотности эксплицируют все основные фрагменты картины мира «чужого» народа: от географического ландшафта до особенностей социокультурных аспектов жизни и мифолого-религиозных представлений. Одновременное использование различных ТГ экзотических апеллятивов, реальных и мифологических онимов, среди которых отмечены ойконимы, гидронимы, антропонимы, теонимы, демононимы и единицы иных семантических подгрупп проприальной лексики, позволяет формировать на вербальном уровне анализируемых текстов геокультурные образы территорий в совокупности

⁷ Boonchai Bencharongkul & family // Forbes. URL: <https://www.forbes.com/profile/boonchai-bencharongkul/?sh=6e29dbfd2e84> (дата обращения: 02.04.2024).

⁸ 36 Hours in Colombo, Sri Lanka // The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2013/12/15/travel/36-hours-in-colombo-sri-lanka.html> (дата обращения: 03.04.2024).

⁹ Там же.

¹⁰ Там же.

физико-географической, антропогенно-урбанистической, социокультурной, этномировоззренческой составляющих.

Особое место в журнале «Russian Traveler» занимает геокультурный образ России. Он эксплицирован совокупностью экзолексем из языков народов финно-угорской, тюркской, монгольской, нахско-дагестанской и иных языковых групп и представлен как синкретичный, аккумулирующий ряд локальных образов регионов (Бурятия, Удмуртии, Марий Эл, Хакасии и т. д.), этнокультурных идентичностей.

Список сокращений

Языки: англ. – английский, бур. – бурятский, исп. – испанский, калм. – калмыцкий, карел. – карельский, кум. – кумыкский, мар. – марийский, норв. – норвежский, порт. – португальский, синг. – сингальский, тайск. – тайский, тур. – турецкий, удм. – удмуртский, фин. – финский, хак. – хакасский, яп. – японский.

Список литературы

- Варфоломеева Ю. Н.** Имиджевая и навигационная функции текстов городской среды (на материале эргоурбонимов г. Улан-Удэ) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14. Вып. 12. С. 3758–3763. DOI 10.30853/phil20210613
- Голомидова М. В.** Названия золотых приисков Урала как часть культурного капитала территории: лингвокультурологический аспект // Вестник Костром. гос. ун-та им. Н. А. Некрасова. 2015. Т. 21, № 2. С. 101–104.
- Голомидова М. В.** Екатеринбург – Свердловск – Екатеринбург: образ города в динамике топонимического текста // Слово.ру: Балтийский акцент. 2023. Т. 14, № 1. С. 29–53. DOI 10.5922/2225-5346-2023-1-2
- Дьячков М. В., Леонтьев А. А., Торсуева Е. И.** Язык ток-писин (неомеланезийский). М.: Наука, 1981. 73 с.
- Замятин Д. Н.** Понятие геокультуры: образ и его интерпретация // Социологический журнал. 2002. № 2. С. 5–12.
- Ибрагимов З. Б.** Урбеч – традиционный дагестанский продукт питания // ACTA HISTORICA: тр. по истории, археологии, этнографии и обществознанию. 2018. № 1. С. 34–37.
- Катермина В. В.** Новые тенденции в туристическом дискурсе (на материале английских неологизмов) // Известия Волгоград. гос. социально-пед. ун-та. Филологические науки. 2023. № 2 (2). С. 95–99.
- Кривошапова Ю. А.** Региональные символы Русского Севера: на материале устойчивых словосочетаний с топонимическим компонентом // Научный диалог. 2017. № 11. С. 93–105. DOI 10.24224/2227-1295-2017-11-93-105
- Кривошапова Ю. А.** Имена камней как лингвокультурный символ Урала // Вопросы ономастики. 2020. Т. 17, № 3. С. 241–262. DOI 10.15826/vopr_onom.2020.17.3.042
- Крысин Л. П.** Заимствованные слова как знаки иной культуры // Русский язык в школе. 2007. № 4. С. 83–87
- Купина Н. А.** От города-завода к современному передовому городу: стилистические приметы и ценностные ориентиры газеты «Вечерний Первоуральск» // Известия Урал. федерального ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки, культуры. 2016. Т. 150, № 2. С. 13–25.
- Лучинская С. Ю.** Журналы-травелогги в условиях глобализации медиа: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2009. 23 с.
- Раевская М. М., Киселева Л. Н.** Испанская гастрономическая традиция как элемент социокультурной идентичности // Вестник Москов. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 2. С. 77–87.

- Филатова Н. В.** Туристический дискурс в ряду смежных дискурсов: гибридизация или полифония? // Вестн. МГОУ. Серия: Лингвистика. 2012. № 3. С. 41–46.
- Фокс К.** Наблюдая за англичанами / пер. с англ. И. П. Новоселецкой. М.: РИПОЛ классик, 2008. 512 с.
- Шенкао Г. Х.** Имя как социокультурный феномен: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Черкесск, 2002. 35 с.
- Kiss I.** The persuasive discourse function in the language of tourism // Argumentum. 2018. Vol. 14. P. 150–162.
- Meluzzi C., Balsamo S.** The language of food and wine tourism on the web // Online Journal of Communication and Media Technologies. 2021. № 11(2). P. 1–11. DOI 10.30935/ojcm/10821. URL: https://www.researchgate.net/publication/350614925_The_Language_of_Food_and_Wine_Tourism_on_the_Web (дата обращения: 10.02.2024).
- Mityagina V. A., Novikova E. Yu., Charfaoui E., Opalkova J.** Linguistic brand management of tourist destination // X Linguae Journal. 2018. Vol. 11. Iss. 3. P. 541–556. DOI 10.18355/XL.2018.11.02.44
- 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. № 7. P. 364–369. DOI 10.14419/ijet.v7i4.34.26874
- Thurlow C., Jaworski A.** Tourism discourse: Languages and banal globalization // Applied Linguistics Review. 2011. Vol. 2. P. 285–312. DOI 10.1515/9783110239331.285

Список словарей

- Бойко Т. П.** Большой карельско-русский словарь (ливвиковское наречие). Петрозаводск: Петриодика, 2019. 351 с.
- БРКС** – Большой русско-коми словарь // Онлайн словари FU-Lab: лексикографический ресурс. URL: <https://dict.fu-lab.ru/about> (дата обращения: 01.04.2024).
- БРМС** – Большой русско-марийский словарь // Онлайн словари FU-Lab: лексикографический ресурс. URL: <https://dict.fu-lab.ru/about> (дата обращения: 06.03.2024).
- БУРС** – Большой удмуртско-русский словарь // Онлайн словари FU-Lab: лексикографический ресурс. URL: <https://dict.fu-lab.ru/about> (дата обращения: 12.03.2024).
- Волкова Г. И., Дементьев А. В.** Испания. Учебный испанско-русский лингвострановедческий словарь-справочник. М.: Высш. шк., 2006. 656 с.
- Крысин Л. П.** Толковый словарь иноязычных слов. М.: Эксмо, 2006. 944 с.
- МНМ** – Мифы народов мира. Энциклопедия. Т. 2. К–Я / гл. ред. С. А. Токарев. М.: Большая Рос. энцикл., 1998. 720 с.
- МЭС** – Музыкальный энциклопедический словарь / гл. ред. Г. В. Келдыш. М.: Советская энцикл., 1990. 672 с.
- НЗЕ** – Народы зарубежной Европы. Этнографические очерки. В 2 т. Т. 2 / Под ред. С. А. Токарева, В. И. Козлова, О. А. Ганцкой. М.: Наука, 1965. 999 с.
- НЭС** – Новый энциклопедический словарь / гл. ред. А. П. Горкин. М.: Большая Российская энциклопедия, 2000. 1456 с.
- РКС** – Русско-калмыцкий словарь / сост. Б. Б. Басангов. М.: Гос. изд-во иностранных и национальных словарей, 1940. 329 с.
- СГНЗС** – Словарь географических названий зарубежных стран / отв. ред. А. М. Комков. М.: Недра, 1986. 460 с.
- ХРС** – Хакасско-русский словарь / под ред. О. В. Субраковой. Новосибирск: Наука, 2006. 1114 с.
- Шагдаров Л. Д., Черемисов К. М.** Бурятско-русский словарь. В 2 т. Т. 1. А–Н. Улан-Удэ: Республиканская типография, 2010. 636 с.

References

- Dyachkov M. V., Leontiev A. A., Torsueva E. I.** Yazyk tok-pisin (neomelaneziiskii) [The language of tok-pisin (Neomelanesian)]. Moscow, Nauka Publ., 1981, 73 p. (in Russ.)
- Filatova N. V.** Turisticheskii diskurs v ryadu smezhnykh diskursov: gibrizatsiya ili polifoniya? [Tourism discourse among adjoining discourses: hybridization or polyphony]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Ser. Lingvistika* [Bulletin of the Moscow Region State University], 2012, no. 3, pp. 41–46. (in Russ.)
- Foks K.** Nablyudaya za anglichanami [Watching the British]. Moscow, RIPOL klassik Publ., 2008, 512 p. (in Russ.)
- Golomidova M. V.** Nazvaniya zolotykh priiskov Urala kak chast' kul'turnogo kapitala territorii: lingvokul'turologicheskii aspekt [Naming of the goldfields of the Urals as part of the territory's cultural capital: lingual and culturological aspect]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N. A. Nekrasova* [Bulletin of the Kostroma State University], 2015, vol. 21, no. 2, pp. 101–104. (in Russ.)
- Golomidova M. V.** Ekaterinburg – Sverdlovsk – Ekaterinburg: obraz goroda v dinamike toponimicheskogo teksta [Ekaterinburg – Sverdlovsk – Ekaterinburg: the city image in the dynamics of a toponymic text]. *Slovo.ru: baltiiskii aktsent* [Slovo.ru: Baltic Accent], 2023, vol. 14, no. 1, pp. 29–53. DOI 10.5922/2225-5346-2023-1-2. (in Russ.)
- Ibragimova Z. B.** Urbech – traditsionnyi dagestanskii produkt pitaniya [Urbech is a traditional Dagestan food product]. *ACTA HISTORICA: trudy po istorii, arkheologii, etnografii i obshchestvoznaniyu* [Acta Historica: the Writings on the History, Archeology, Ethnography and Social Studies], 2018, no. 1, pp. 34–37. (in Russ.)
- Katermina V. V.** Novye tendentsii v turisticheskoi diskurse (na materiale angliiskikh neologizmov) [The new tendencies in the tourist discourse (based on the English neologisms)]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo sotsial'no-pedagogicheskogo universiteta. Filologicheskie nauki* [Izvestia. Volgograd State Socio-Pedagogical University. Philological sciences], 2023, no. 2 (2), pp. 95–99. (in Russ.)
- Kiss I.** The persuasive discourse function in the language of tourism. *Argumentum*, 2018, vol. 14, pp. 150–162.
- Krivoshchapova Yu. A.** Regional'nye simvol'y Russkogo Severa: na materiale ustoichivyykh slovosochetanii s toponimicheskimi komponentami [Regional symbols of Russian North: on material of collocations with toponymic component]. *Nauchnyi dialog* [Scientific Dialogue], 2017, no. 11, pp. 93–105. DOI 10.24224/2227-1295-2017-11-93-105. (in Russ.)
- Krivoshchapova Yu. A.** Imena kamnei kak lingvokul'turnyi simvol Urala [Stone names: a linguocultural symbol of the Urals]. *Voprosy onomastiki* [Problems of Onomastics], 2020, vol. 17, no. 3, pp. 241–262. DOI 10.15826/vopr_onom.2020.17.3.042. (in Russ.)
- Krysin L. P.** Zaimstvovannyye slova kak znaki inoi kul'tury [Borrowed words as signs of a different culture]. *Russkii yazyk v shkole* [Russian Language at School], 2007, no. 4, pp. 83–87. (in Russ.)
- Kupina N. A.** Ot goroda-zavoda k sovremennomu peredovomu gorodu: stilisticheskie primety i tsennostnye orientiry gazety “Vechernii Pervoural'sk” [From the town-plant to the modern progressive city: stylistic marks and value reference points of the newspaper “Vecherniy Pervouralsk”]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Ser. 1: Problemy obrazovaniya, nauki, kul'tury* [Izvestia. Ural Federal University Journal], 2016, vol. 150, no. 2, pp. 13–25. (in Russ.)
- Luchinskaya S. Yu.** Zhurnaly-travelogi v usloviyakh globalizatsii media: Avtoref. dis. ...kand. filol. nauk [Travelogue magazines in the context of the globalization of media. Abstract of Thesis Cand. Filol. Sci.]. Krasnodar, 2009, 23 p. (in Russ.)
- Meluzzi C., Balsamo S.** The language of food and wine tourism on the web. In *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2021, no. 11(2), pp. 1–11. DOI 10.30935/ojcm/10821.

- URL : https://www.researchgate.net/publication/350614925_The_Language_of_Food_and_Wine_Tourism_on_the_Web (accessed 10.02.2024).
- Mityagina V. A., Novikova E. Yu., Charfaoui E., Opalkova J.** Linguistic brand management of tourist destination. *X Linguae Journal*, 2018, vol. 11, iss. 3, pp. 541–556. DOI 10.18355/XL.2018.11.02.44.
- Raevskaya M. M., Kiseleva L. N.** Ispanskaya gastronomicheskaya traditsiya kak element sotsiokul'turnoi identichnosti [The Spanish gastronomic tradition as an element of socio-cultural identity]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser.: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya [Moscow University Bulletin. Ser. Linguistics and Intercultural Communication]*, 2015, no. 2, pp. 77–87. (in Russ.)
- 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, pp. 364–369. DOI 10.14419/ijet.v7i4.34.26874.
- Shenkao G. Kh.** *Imya kak sotsiokul'turnyi fenomen: Avtoref. dis. ... dok. filos. nauk [Name as sociocultural phenomenon. Abstract of Thesis Doc. Philos. Sci.]*. Cherkessk, 2002, 35 p. (in Russ.)
- Thurlow C., Jaworski A.** Tourism discourse: Languages and banal globalization. *Applied Linguistics Review*, 2011, vol. 2, pp. 285–312. DOI 10.1515/9783110239331.285.
- Varfolomeeva Yu. N.** (2021). Imidzhevaya i navigatsionnaya funktsii tekstov gorodskoi sredy (na materiale ergourbonimov g. Ulan-Ude) [Image-Building and navigational functions of urban environment texts (by the material of Ulan-Ude ergourbonyms)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philology. Theory & Practice]*, 2021, vol. 14, iss. 12, pp. 3758–3763. DOI 10.30853/phil20210613. (in Russ.)
- Zamyatin D. N.** Ponyatie geokul'tury : obraz i ego interpretatsiya [Geographical culture : its image and interpretations]. *Sotsiologicheskii zhurnal [Sociological Journal]*, 2002, no. 2, pp. 5–12. (in Russ.)

List of dictionaries

- Bol'shoi russko-komi slovar'** [Large Russian-Komi Dictionary]. Onlain slovari FU-Lab: leksikograficheskii resurs [FU-Lab online dictionaries: a lexicographic resource]. (in Russ., in Komi-Zyr.) URL: <https://dict.fu-lab.ru/about> (accessed: 01.04.2024).
- Bol'shoi russko-mariiskii slovar'** [Large Russian-Mari dictionary]. Onlain slovari FU-Lab: leksikograficheskii resurs [FU-Lab online dictionaries: a lexicographic resource]. (in Russ., in Mari) URL: <https://dict.fu-lab.ru/about> (accessed: 06.03.2024).
- Bol'shoi udmurtsko-russkii slovar'** [Large Udmurt-Russian dictionary]. Onlain slovari FU-Lab: leksikograficheskii resurs [FU-Lab online dictionaries: a lexicographic resource]. (in Udm., in Russ.) URL: <https://dict.fu-lab.ru/about> (accessed: 12.03.2024).
- Boyko T. P.** **Bol'shoi karel'sko-russkii slovar'** (livvikovskoe narechie) [Large Karelian-Russian dictionary (Livvikov dialect)]. Petrozavodsk, Periodika Publ., 2019, 351 p. (in Karel., in Russ.)
- Khakassko-russkii slovar'** [Khakass-Russian dictionary]. O. V. Subrakova (ed.). Novosibirsk, Nauka Publ., 2006, 1114 p. (in Khak., in Russ.)
- Krysin L. P.** **Tolkovyi slovar' inoyazychnykh slov** [Explanatory dictionary of foreign words]. Moscow, EKSMO Publ., 2006, 944 p. (in Russ.)
- Mify narodov mira. Entsiklopediya.** In 2 vols. [Myths of the peoples of the world. Encyclopedia]. S. A. Tokarev (ed.). Moscow, Bol'shaya Rossiiskaya entsiklopediya Publ., 1998, vol. 2. K–Ya, 720 p. (in Russ.)
- Muzykal'nyi entsiklopedicheskii slovar'** [Musical Encyclopedic dictionary]. G. V. Keldysh (ed.). Moscow, Sovetskaya entsiklopediya Publ., 1990, 672 p. (in Russ.)
- Narody zarubezhnoi Evropy. Etnograficheskie ocherki.** In 2 vols. [The peoples of foreign Europe. Ethnographic essays]. S. A. Tokarev, V. I. Kozlov, O. A. Gantskaya (eds.). Moscow, Nauka publ., 1965, vol. 2., 999 p. (in Russ.)

- Novyi entsiklopedicheskii slovar' [The new Encyclopedic Dictionary]. A. P. Gorkin (ed.). Moscow, Bol'shaya Rossiiskaya entsiklopediya Publ., 2000, 1456 p. (in Russ.)
- Russko-kalmytskii slovar' [Russian-Kalmyk dictionary]. B. B. Basangov (ed.). Moscow, Gosudarstvennoe izdatel'stvo inostrannykh i natsional'nykh slovarei Publ., 1940, 329 p. (in Russ., in Kalm.)
- Shagdarov L. D., Cheremisov K. M.** Buryatsko-russkii slovar'. In 2 vols. [Buryat-Russian dictionary]. Ulan-Ude, Respublikanskaya tipografiya Publ., 2010, vol. 1. A–N., 636 p. (in Buryat, in Russ.)
- Slovar' geograficheskikh nazvanii zarubezhnykh stran [Dictionary of geographical names of foreign countries]. A. M. Komkov (ed.). Moscow, Nedra Publ., 1986, 460 p. (in Russ.)
- Volkova G. I., Dementyev A. V.** Ispaniya. Uchebnyi ispansko-russkii lingvostranovedcheskii slovar'-spravochnik [Spain. Educational Spanish-Russian linguistic and cultural dictionary-reference]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 2006, 656 p. (in Span., in Russ.)

Информация об авторе

Ольга Александровна Селеменова, доктор филологических наук, доцент
Scopus Author ID 57204429956
WoS Researcher ID B-6408-2018
RSCI Author ID 513229
SPIN 4731-7091

Information about the Author

Olga A. Selemeneva, Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor
Scopus Author ID 57204429956
WoS Researcher ID B-6408-2018
RSCI Author ID 513229
SPIN 4731-7091

*Статья поступила в редакцию 02.06.2024;
одобрена после рецензирования 05.08.2024; принята к публикации 09.08.2024*
*The article was submitted 02.06.2024;
approved after reviewing 05.08.2024; accepted for publication 09.08.2024*