

Д.Е. Федотов
D.E. Fedotov

ЭТИМОЛОГИЯ, СЕМАНТИКА И ФУНКЦИИ ЭКЗОТИЗМОВ В ЖУРНАЛЕ-ТРЕВЕЛОГЕ «ВОЯЖ»

ETYMOLOGY, SEMANTICS AND FUNCTIONS OF EXOTICISM IN THE TRAVELOG “VOYAGE”

Статья посвящена анализу экзотической лексики, представленной в глянцево-журнале путешествий «Вояж». Экзотизмы исследуются как языковой полифункциональный феномен, к которому реализуется широкий подход. В выпусках журнала за 2023–2024 гг. зафиксировано 130 экзотизмов. Они классифицированы по двум признакам: происхождение и семантика. Значения экзотизмов позволили выделить в текстах журнала-тревелог четыре тематических группы разной частотности: названия блюд и напитков (21 %), названия природных и административно-территориальных объектов (54 %), названия объектов сферы духовной культуры (14 %), названия флоры и фауны (11 %). В соответствии с этимологией экзотизмы дифференцированы на две группы: экзотизмы из национальных языков России (88 %) и экзотизмы из официальных языков иных стран мира (12 %). В первой подгруппе обнаружены экзотизмы из бурятского, калмыцкого, мансийского, чувашского, шорского языков; а во второй – английского, итальянского, казахского, китайского, немецкого, тайского, французского языков. Установлено, что в журнале-тревелог экзотизмы выполняют четыре функции, три из которых являются универсальными, а одна – специфической. К универсальным функциям, характерным для экзотизмов и в текстах иных дискурсов, отнесены номинативная, эстетико-воздействующая и познавательная. А в качестве специфической, присущей экзотизмам именно в текстах журнала-тревелог, отмечена функция лингвистического инструмента создания конкурентной идентичности. Автор приходит к выводу, что экзотическая лексика журнала-тревелог «Вояж» позволяет отнести его к сегменту медиаресурсов, popularizing культурное наследие и способствующих оптимизации маркетинга территорий.

Ключевые слова: журнал-тревелог, экзотическая лексика, этимология, семантика, конкурентная идентичность.

The article is devoted to the analysis of exotic vocabulary presented in the glossy travel magazine “Voyage”. Exotisms are studied as a linguistic polyfunctional phenomenon, to which a broad approach is realised. In the issues of the magazine for 2023–2024, 130 exotisms are documented. They are classified according to two features: origin and semantics. The meanings of exotisms allowed us to identify four thematic groups of different frequency in the texts of the travelogue: names of food and drinks (21 %), names of natural and administrative-territorial objects (54 %), names of objects of spiritual culture (14 %), names of flora and fauna (11 %). In accordance with etymology, exotisms are differentiated into two groups: exotisms from national languages of Russia (88 %) and exotisms from official languages of other countries of the world (12 %). In the first subgroup, exotisms from Buryat, Kalmyk, Mansi, Chuvash, Shor languages are found; and in the second – English, Italian, Kazakh, Chinese, German, Thai, French languages. It is established that in the travelogue, exotisms perform four functions, three of which are universal, and one is specific. Universal functions, characteristic of exotisms and in the texts of other discourses, are attributed to the nominative, aesthetico-impacting and cognitive functions. As a specific function, peculiar to exotisms only in the texts of the travelogue, the function of a linguistic instrument for creating competitive identity is noted. The author comes to the conclusion that the exotic lexicon of the travelogue “Voyage” allows to attribute it to the segment of media resources, popularizing cultural heritage and contributing to the optimization of territory marketing.

(11 %). According to the etymology, exoticisms are differentiated into two groups: exoticisms from national languages of Russia (88 %) and exoticisms from official languages of other countries (12 %). The first subgroup includes exotisms from Buryat, Kalmyk, Mansi, Chuvash and Shor languages; the second subgroup includes English, Italian, Kazakh, Chinese, German, Thai and French. It has been established that exotisms fulfil four functions in the magazine-travelogue, three of which are universal and one is specific. The nominative, aesthetic-inspiring and cognitive functions are referred to the universal functions characteristic of exoticisms in texts of other discourses as well. The function of linguistic instrument was identified as a specific function inherent to exolexemes in the texts of the travel magazine. The author concludes that the exotic vocabulary of the travelogue magazine "Voyage" can be attributed to the segment of media resources that promote cultural heritage and contribute to the optimization of marketing of territories.

Key words: travelogue magazine, exotic vocabulary, etymology, semantics, competitive identity.

DOI: 10.24888/2079-2638-2025-64-1-62-69

Современная отечественная лингвистика активно изучает экзотизмы, номинирующие «явления и реалии "чужой" жизни» [8, 83–84], как неотъемлемый компонент лексического уровня системы русского языка. Вопросам отграничения экзотизмов от варваризмов и иной заимствованной лексики, их адаптации, классификационных признаков, синонимических связей, функций в текстах публицистического и художественного дискурсов, условий деэкзотизации и лексикографической представленности посвящены многие исследования [2; 4; 6–7; 9; 17; 22]. О несомненной актуальности изучения экзотизмов свидетельствуют и статистические данные. Например, на запрос «экзотическая лексика» в электронной библиотеке диссертаций «disserCat», самом крупном каталоге научных работ в российском интернете, получаем 346 совпадений (<https://www.dissercat.com/>), а в научной электронной библиотеке «eLibrary.Ru» – 71 (https://elibrary.ru/query_results.asp).

Сейчас интерес к рассматриваемому лингвистическому явлению, на наш взгляд, обостряется в условиях действия двух нелингвистических процессов – глобализации, приводящей к утверждению универсального характера национальных культур, и глокализации, связанной, напротив, с постулированием партикуляризации культур, сохранением и усилением локальных отличий. Указанные процессы сделали доступной широкой аудитории туристическую сферу, что привело к скачку в развитии тревел-журналистики, медиапродуктов о путешествиях, вводящих локальное в контекст глобального, создающих кросс-культурные связи и закрепляющих страноведческий компонент. Так экзотизмы в текстах журналов-тревелогов, представляющих собой описания путешествий с акцентом на уникальные этнокультурные особенности, становятся неотъемлемыми единицами их лингвистического ландшафта.

Цель нашей работы состоит в описании экзотической лексики в текстах отечественного глянцевого журнала о путешествиях «Вояж» на базе трех критериев: этимологического, семантического и функционального.

Выбор источника фактического материала – журнала-тревелога «Вояж» – определяется несколькими причинами:

1) разнообразием тем и рубрик: «События», «Обзор», «Маршруты», «Личный опыт», «Новости» и др. В журнале можно найти информацию о культурных, гастрономических, исторических особенностях стран мира и территориальных образований в составе Российской Федерации;

2) освещением региональной специфики. Журнал часто рассказывает о малых народах России, этнографических различиях населения субъектов страны, что повышает возможность извлечь большее количество экзолексем для анализа и интерпретации;

3) наличием уже сформулированного в контексте толкования экзотизма, что значительно облегчает процесс систематизации и классификации лексем;

4) доступностью контента журнала (он имеет печатную и электронную версию, интернет-портал), его кроссплатформенностью и мультиэкранностью.

Из выпусков журнала за 2023–2024 гг. методом сплошной выборки было извлечено 130 экзотизмов, составивших авторскую картотеку примеров.

При сборе языкового материала мы исходили из широкого подхода к указанным единицам, а именно:

1) понимали под экзотизмами лексемы, номинирующие кулинарные, этнографические, природные, архитектурные, религиозно-мифологические реалии «чужой» культуры;

2) включали не только лексемы из малоизвестных и малораспространенных языков, но и любого этноязыка, в том числе уже хорошо освоенные русским языком экзотизмы типа *пицца*, *юрта*, *круассан* и др.;

3) рассматривали в составе экзотизмов лексемы, называющие ономастические реалии.

Для интерпретации экзолексем использовались данные энциклопедических и лингвистических (одноязычных и двуязычных) словарей, справочников, в том числе лексикографические онлайн-ресурсы [3; 11; 13–16; 19; 21]; а при отсутствии слова в словарях для формулирования дефиниции привлекались материалы путеводителей, туристических сайтов и контекст.

Семантика экзолексем, обнаруженных в журнале-тревелоге «Вояж», позволила выделить 4 основных тематических группы.

1. Названия блюд и напитков (гастрономическая лексика): *дотур* (калм. *доотр* – ‘внури’, традиционное калмыцкое блюдо, суп из бараньих субпродуктов [16, 38]; *бёрз* (калм. *борз* – ‘пельмени’, крупные пельмени со стрелчатым швом сверху [14]); *вителло тоннато* (итал. *vitello tonnato* – ‘телятина тунцовая’, блюдо из тонко нарезанных кусочков маринованной телятины [15]) и др.

Например: *Если слить бульон и завернуть мясо в тесто, получится бёрз, пельмени по-калмыцки* (Вояж, 2023, № 213 (декабрь), с. 78).

2. Названия природных и административно-территориальных объектов.

В этой группе обнаружены следующие единицы:

а) оронимы: *Холатчэхль* (манс. *Холат-Сяхль* – ‘Мертвая гора’, гора на Северном Урале [14]) или *Бештáу* (тюрк. *беш тау* – ‘пять гор’, пятиглавая гора-лакколит в Ставропольском крае [14]);

б) инсулонимы: *Ольхон* (бур. *ой-хон* – ‘лесочек’, крупнейший остров озера Байкал [14]) или *Чамп* (от англ. имени *Champ*, остров, расположенный в центральной части архипелага Земля Франца-Иосифа [14]);

в) гидронимы (потамонимы, лимнонимы): *Балбáнью* (из языка коми: *бөлбан* – ‘идол’, река в Березовском районе Ханты-Мансийского АО [13]) или *Эльтон* (соленое бессточное озеро на севере Прикаспийской низменности; по одной из версий, от фамилии английского инженера Эльтона, который был привезен В. Н. Татищевым на озеро в 1741 г., по другим – от тюрк. *Альтонь* – ‘золотой’ или от *ельтонг* со ссылкой на якут. слово *эльген* – ‘замороженное озеро’¹³);

г) урбанонимы: *Чёскýт керкү* (от коми-пермяцк. *чёскыт керку* – ‘вкусный дом’, коммерческий урбаноним, название ресторана коми-пермяцкой кухни [1, 543, 170]) или

¹³ См.: [https://museionsajtyarkova.ru/ozero-elton-\(zolotoe-ozero\)/ozero-elton-\(zolotoe-ozero\)/489-po-straniczam-gazet,-zarisovki-k.g.n.,-docz.-yarkova-a.a.-o-nauchno-issledovatel'skoj-ekspedicii-k-beregam-ozera-elton.-volzhskaya-pravda,-1997.html](https://museionsajtyarkova.ru/ozero-elton-(zolotoe-ozero)/ozero-elton-(zolotoe-ozero)/489-po-straniczam-gazet,-zarisovki-k.g.n.,-docz.-yarkova-a.a.-o-nauchno-issledovatel'skoj-ekspedicii-k-beregam-ozera-elton.-volzhskaya-pravda,-1997.html).

Заххаймские ворота (от нем. *Sackheim* – ‘Смоляное село’, пилоним, находящийся на периферии урбанонимического поля, обозначающий городские ворота в Калининграде, памятник истории и культуры [14]);

д) ойконимы: *Сахюрта* (от бур. *сахюур* – ‘кремень’, село в Ольхонском районе Иркутской области [21, т. 2, 152]) или *Пы́скор* (от коми-пермяц. *пыс кар* – ‘ушко города’, село в Пермском крае России [1, 392, 165]).

Например: *Здесь в поселке Усть-Кабырза находится музей «Трехречье» на месте слияния Мрассу, Кабырзы и Пызас* (Вояж, 2023, № 213 (декабрь), с. 60). В приведенном примере *Усть-Кабырза*, называя поселок в Таштагольском районе Кемеровской области, относится к подгруппе ойконимов и восходит к шорск. *Кёбүрсүг* [14]); топонимы *Мрассу* (шорск. *Мрас-су* [14]), *Кабырза* (шорск. *Кёбүр-суг* [14]), *Пызас* (шорск. *Пы* [14]) именуют реки в Кемеровской области и, соответственно, являются гидронимами.

3. Названия объектов сферы духовной культуры: *кайчи* (от шорск. *кайчы*, у тюркских народов – сказители, поддерживающие традицию горлового пения [3]); *Тёнгри-Хан* (казах. *Хан Тәңірі*, языческий бог в казахской тенхической мифологии [11, 972]) или *хуру́л* (монг. *хурэ*, калм. *хурул*, буддийский храм (монастырь, обитель) в калмыцком ламаизме [14]).

Например: *Мир делится на верхний, где живет добрый дух Ульгень, нижний под властью невидимого злого духа Эрлика* (Вояж, 2023, № 213 (декабрь), с. 59). Экзотизм *Ульгень* (от шорск. *Ульгень*) в мифологии шорцев называет верховное божество, демиурга и громовержца, главу светлых чистых духов, населяющих небесную сферу мироздания [11, 1013]), а вот лексема *Эрлик* (бур. *Эрлен-хан*) в мифологии монгольских народов и саяно-алтайских тюрков именует владыку царства мертвых, верховного судью в загробном мире, дьявола [11, 1123]).

4. Названия объектов флоры и фауны, свойственных определенным странам, народам. Примером может служить лексема *ирбис*, представляющая восточный экзотизм из монгольского языка, зафиксированный впервые в «Словаре русского языка XI–XVII веков» в графико-фонетическом варианте *ирбизь* [20, 103]. Слово обозначает крупное хищное млекопитающее семейства кошачьих, обитающее в горах Центральной Азии, снежного барса, выступающего символом коренных народов Сибири.

Например: *Нам надо сохранить эту свободную, независимую, красивую кошку под названием ирбис, она является символом для многих коренных народов России* (Вояж, 2024, № 216 (сентябрь), с. 103).

Частотность единиц выделенных тематических групп неодинакова: 1) названия блюд и напитков составляют в нашей картотеке 21 %; 2) названия природных и административно-территориальных объектов – 54 %; 3) названия объектов сферы духовной культуры – 14 %; 4) названия объектов флоры и фауны – 11 %. Наиболее частотной группой, что очевидно из приведенных количественных данных, выступает вторая. Это объясняем тем, что в текстах журнала-тревелого «Вояж» реализуется когнитивно-культурная схема «Путешествие», неотъемлемыми опорными компонентами которой являются «Новые места», «Страны», «Достопримечательности» [18, 142], репрезентирующиеся именно топонимической лексикой.

Этимология экзотической лексики в журнале-тревелого «Вояж» позволяет выделить две подгруппы:

- 1) экзотизмы из национальных языков России;
- 2) экзотизмы из официальных языков иных стран мира.

Среди экзотизмов из национальных языков России – первая подгруппа – обнаружены бурятизмы, калмыцизмы, чувашизмы, экзотизмы из мансийского и шорского языков: *Хужир* (от бур. *хужсар* – ‘солончак’, поселок в Ольхонском районе Иркутской области [21, т. 2, 463]), *Хобой* (от бурят. *хобой* – ‘клык’, мыс, северная оконечность острова Ольхон на озере Байкал [21, т. 2, 557]), *джомба* (калм. *джомба*, чай с молоком, маслом, солью, мускатным орехом и лавровым листом [14]), *Маньпунунёр* (от манс. *Мань-Пуну-Нёр* –

‘Малая гора идолов’, геологический памятник в Троицко-Печорском районе Республики Коми России [14]), *Сарапул* (от чуваш. *сарapulь* – ‘желтая рыба’; город в Удмуртской Республики России [14]) и др.

Например: *Визитная карточка – чай джомба* (Вояж, 2023, № 213 (декабрь), с. 78); *С чувашского языка сарапул – «золотая (желтая) рыба» – переводится как «стерлядь»* (Вояж, 2023, № 215 (декабрь), с. 80) и др.

А вот вторая подгруппа – экзотизмы из официальных языков иных стран мира – сформирована лексемами из романских (итальянский, французский), германских (немецкий, английский), тайских (тайский), тюркских (казахский), китайско-тибетских языков (китайский): *карпаччо* (итал. *Carpaccio*, блюдо из тонко нарезанных кусочков сырой говяжьей вырезки [14]), *да хун пао* (кит. *Dàhóng páo*, т. е. ‘Большой красный халат’; утесный китайский чай [14]), *том ям* (тайск. *tôm jâm*, кисло-острый суп с креветками, курицей, рыбой или другими морепродуктами [14]) и др.

Например: *В обед подают крем-суп из краба и том ям с морепродуктами* (Вояж, 2023, № 214 (февраль), с. 19); *Мы заварили да хун пао, разместились на камнях и долго слушали плеск волн* (Вояж, 2023, № 214 (февраль), с. 39) и др.

Количественный анализ показывает, что в материалах журнала «Вояж» чаще встречаются экзотизмы из национальных языков России (88 %) по сравнению с экзотизмами из официальных языков разных стран (12 %). Это объясняется тем, что журнал преимущественно освещает тему путешествий по России, популяризируя внутренний туризм, вероятно, в условиях реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»¹⁴ и действия международных санкций.

Выделенные в журнале-тревелоге «Вояж» экзотизмы выполняют три универсальных функции: номинативную, эстетико-воздействующую и познавательную. Рассмотрим их на конкретных примерах.

1. Номинативная функция. Экзотизмы называют уникальные бытовые предметы, явления, которые практически не имеют аналогов в других культурах, хотя процесс глобализации сильно влияет на пласт экзотической лексики в русском языке в плане ускорения лексико-семантического освоения и превращения экзотизма в слово, референт которого стал привычной для носителей русского языка реалией.

В контенте журнала-тревелога экзотизмы все же позволяют акцентировать внимание на специфическом и уникальном для описываемых стран мира и ряда коренных крупных и, напротив, малочисленных народов России, подчеркивают их культурную и этнографическую аутентичность.

Так, частотная кулинарная лексика отражает в тревел-текстах гастрономические традиции этносов и служит важным элементом национального и/или регионального культурного кода. Такие слова, как *талкан*, *дотур*, *бёрг* и др., формируют этнокультурный контекст, вызывая у адресата интерес к кухням тюркоязычных народов Западной Сибири и монгольских народов. Например: *Горная Шория – это талкан из обжаренного толченого ячменя, который с незапамятных времен спасал шорцев* (Вояж, 2023, № 213 (декабрь), с. 59); *Поэтому берем все, что не жалко от барана, варим в подсоленной воде, добавляем луковичку и побольше перца: суп дотур готов* (Вояж, 2023, № 213 (декабрь), с. 78).

Особую роль в тревел-текстах играют экзотизмы из романских языков и языков тай-кадайской языковой семьи. Экзолексеми типа *ризотто алла маринара*, *вителло тонато*, *пицца*, *том ям* и др. словно намечают маршрут гастрономического путешествия, способствуют межкультурному обмену, формируют представление о кулинарном наследии итальянского и тайского народов. Например: *Также особенной популярностью у гостей пользуется неизменная классика среди блюд итальянской кухни – пицца «Маргарита», ризотто алла маринара, вителло тоннато и другие* (Вояж, 2023, № 214 (февраль), с. 19).

¹⁴ См.: <https://национальныепроекты.пф/projects/turizm/>.

2. Эстетико-воздействующая функция. Экзотизмы в тексте журнала-тревеллога «Вояж» усиливают выразительность описаний локусов. Благодаря отсылкам к метафорическим обозначениям при их переводе в сознании адресата формируется целостная картина, воздействующая на его эмоциональный фон. Например, экзотический лимноним *Алтын-Нур*, восходящий к калмыцкому языку, ассоциируется с богатством и уникальностью природы региона. По данным калмыцко-русского словаря Б.Х. Тодаевой «Я изучаю “Джангар”», *нур* с калмыцкого обозначает ‘озеро’, а *алтн* – ‘золотой’ [19, 197, 18]. В переводе, упомянутом в тревел-тексте журнала, экзотизм означает «золотое дно»: *На языке местных жителей озеро называется Алтын-Нур, что означает «золотое дно»* (Вояж, 2023, № 214 (февраль), с. 85). Адресанту не нужна научная точность перевода. Он преследует следующий прагматический эффект: вызывать у адресата любопытство (*почему «золотое дно»?»), которое бы заставило искать информацию о реалии (водоем имеет особенности: в лучах восходящего или закатного солнца вода окрашивается оттенками золотого, розового или красного цвета благодаря особой одноклеточной водоросли¹⁵), а затем, вызвав восторг, т. е. оказав эмоциональное воздействие, сформировать устойчивое желание увидеть все своими глазами.*

У экзолексем могут появляться культурные (мифологические) коннотации, влияющие на поиск релевантных соответствий при переводе. Так, топоним *Холатчахль* (мы упоминали его выше) выполняет не только функцию идентификации, называния территории. Он связан с современными мифами: ороним *Холатчахль* встречается в контексте трагедии группы Дятлова: *Безымянный перевал и гора Холатчахль («гора мертвецов» на языке манси) стали известны после трагедии, которая случилась 2 февраля 1959 года* (Вояж, 2023, № 215 (декабрь), с. 72). Первоначальный перевод оронима с мансийского, выполненный В.А. Варсанюфьевой, – это «мертвая гора» [5, 91], а после гибели туристов-лыжников Холатчахль стала «горой мертвецов» (перевод Г.И. Олесовой) [12, 35]. Так создается мистический прагматический эффект: гора на границе Республики Коми и Свердловской области, покрытая лишь каменными осыпями и лишайниками, превращается в печально знаменитую «высоту 1079», в гору смерти.

3. Познавательная функция. Экзотизмы, актуализируя для адресата определенную фактологическую и концептуальную информацию, знакомят его с новыми реалиями, способствуют расширению кругозора, обогащают фонд теоретических и практических знаний о мире. Например: *Величественный хурул был благословлен самим Далай-ламой XIV и получил статус «Золотой обители Будды Шакьямуни»* (Вояж, 2023, № 213 (декабрь), с. 78). Упоминание буддийского храма в Калмыкии обогащает словарный запас адресата и позволяет прикоснуться к уникальной культуре монголо-ойратского ламаизма.

Экзотизмы, помимо универсальных перечисленных функций, свойственных им и в других типах дискурса, в журнале-тревеллоге имеют и специфическую функцию. Они способствуют включению тревел-текстов журнала в контекст брендинг-дискурса, который нацелен на формирование имиджа определенной территории, на ее позитивное восприятие адресатом. Экзотизмы на языковом (лексическом) уровне становятся лингвистическим инструментом создания «конкурентной идентичности», которая у ведущего мирового (британского) эксперта в области изучения брендов стран, регионов и городов С. Анхолта выступала расширением понятия национального брендинга [10, 42].

Формирование такой идентичности предшествует формированию территориального имиджа. И здесь экзотизмы вместе с другими единицами лексического уровня языка (полагаем, что и с диалектизмами, и с регионализмами, и с иноязычными вкраплениями) «работают» на транслирование читателям уникальной географии территории, на создание духа и атмосферы локусов. *Хурул, ризотто, джомба, Хобой* и т.д. становятся ключевыми знаками чужого культурного кода, способствуя узнаваемости и популяризации конкретных мест. К тому же, тревел-тексты с экзотизмами выполняют миссию сохранения

¹⁵ См.: https://nazaccent.ru/school_content/2885/.

нематериального культурного наследия (вспомним упоминания о горловом пении *кайчи* или демиурге *Ульгене* в тенгрианстве алтайцев, хакасов и шорцев).

Резюмируя сказанное, мы приходим к следующим выводам:

1) экзотизмы журнала-тревелого «Вояж» по значению и этимологии не составляют однородных групп. По семантике они могут быть классифицированы на названия блюд и напитков (21 %), названия природных и административно-территориальных объектов (54 %), названия объектов духовной культуры (14 %), названия объектов флоры и фауны (11 %);

2) по происхождению экзотизмы восходят либо к национальным языкам народов России (88 %), либо к официальным языкам других стран (12 %). Первая группа представлена бурятизмами, калмыцизмами, чувашизмами, экзолексемами из мансийского и шорского языков; вторая – экзолексемами из английского, итальянского, китайского, казахского, французского, немецкого, тайского языков;

3) экзотизмы выступают полифункциональными единицами лексического уровня текстов журнала-тревелого и выполняют четыре функции: номинативную, эстетико-воздействующую, познавательную и функцию лингвистического инструмента создания конкурентной идентичности.

В целом журнал-тревелог «Вояж» становится важным медиатором в передаче культурного опыта, а анализ его лексики демонстрирует неисчерпаемые возможности использования экзотизмов в текстах массмедиа.

1. Баталова Р.М., Кривошекова-Гантман А.С. *Коми-пермяцко-русский словарь*. М., 1985.
2. Беглова Е.И. Особенности функционирования экзотизмов в текстах современных печатных СМИ // *Верхневолжский филологический вестник*. 2019. № 1. С. 61–66.
3. Большая Российская энциклопедия 2004–2017. URL: <https://old.bigenc.ru/> (дата обращения: 26.11.2024).
4. Борисова Н.М. Экзотическая лексика языка саха в медиатексте (по материалам сайта «Якутия daily») // *Актуальные вопросы современной филологии и журналистики*. 2022. № 4(47). С. 14–18.
5. Варсановьева В.А. Географический очерк бассейна Уньи (окончание) // *Северная Азия: общественно-научный журнал*. 1929. № 4(28). С. 90–106.
6. Габдреева Н.В., Агеева А.В., Тимиргалеева А.Р. *Иноязычная лексика в русском языке новейшего периода: монография*. М., 2013.
7. Крысин Л.П. *Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике*. М., 2004.
8. Крысин Л.П. Заимствованные слова как знаки иной культуры // *Русский язык в школе*. 2007. № 4. С. 83–87.
9. Маринова Е.В. *Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования: дисс. ...д-ра филол. наук*. М., 2008.
10. Митягина В.А., Сидорова И.Г. Лингвистический фокус брендинга территорий // *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Филология, педагогика, психология*. 2018. № 2. С. 42–51.
11. Мифы народов мира: Энциклопедия. Электронное издание / под ред. С.А. Токарева. М., 2008.
12. Олесева Г.И. Мансийские оронимы Северного Урала // *Вопросы топонимистики: Доклады кружка сравнительно-исторического языкознания* / под ред. А.К. Матвеева. Свердловск: Типолаборатория УрГУ, 1962. Вып. 1. С. 33–37.
13. Онлайн словари FU-Lab: лексикографический ресурс. URL: <https://dict.fu-lab.ru/about> (дата обращения 01.11.2024).
14. Онлайн энциклопедия Руниверсалис. URL: <https://руни.рф> (дата обращения: 05.11.2024).
15. Похлебкин В.В. Большая энциклопедия кулинарного искусства. URL: https://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_pohlebkina/ (дата обращения: 27.11.2024).
16. Русско-калмыцкий словарь / сост. Б.Б. Басангов. М., 1940.
17. Рыкова Д.А. Функционирование экзотизмов в интернет-версиях журналов «Вокруг света», «Вояж» и «National Geographic Traveler» // *Гуманитарный акцент*. 2022. № 3. С. 69–81.
18. Стародубцева Е.А. Исследование функционирования культурных схем «Путешествие» / «Travel» в дискурсе // *Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова*. 2008. Специальный выпуск. С. 141–144.

19. Тодаева Б.Х. Я изучаю «Джангар». Калмыцко-русский словарь. Элиста, 2009.
20. Хужанова О.Т. Роль восточных названий животных и растений в создании языковой картины памятников деловой письменности // XVIII Виноградовские чтения. Сборник научных трудов. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2022. С. 102–105.
21. Шагдаров Л.Д., Черемисов К.М. Бурятско-русский словарь: в 2 т. Улан-Удэ, 2010.
22. Mikheeva N.F., Petrova M.G. On the Role of Loanwords in Modern Russian // Cuadernos De Rusística Española. 2020. Vol. 16. Pp. 115–130.