

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2024.52.28>

МЕТАФОРИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ «ЗИМНИЙ БАЙКАЛ» В РЕКЛАМНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ НАРРАТИВЕ

Научная статья

Меньшикова Е.Е.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0001-8410-3223;¹ Байкальский государственный университет, Иркутск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (canoe[at]list.ru)

Аннотация

Цель работы – определить особенности функционирования метафорического концепта «Зимний Байкал» в рекламном туристическом нарративе. Научная новизна работы определяется постановкой проблемы: попытки репрезентации и анализа концепта «Зимний Байкал» в рекламном туристическом нарративе не осуществлялись; впервые выявлены основные метафорические характеристики, реализуемые в семантике концепта «Зимний Байкал». Полученные результаты показали, что метафорический концепт «Зимний Байкал» представлен зимними номинациями озера Байкал, твёрдыми (лёд) агрегатными формами воды, цветообозначениями, именами-гидронимами, географическими координатами как райского локуса, сакрализацией его реалий, антропоморфными характеристиками и т.д. Отмечается высокая степень в рамках метафоризации эмоционально-оценочного, аттрактивного и суггестивно-персуазивного воздействия на потенциального потребителя услуги.

Ключевые слова: рекламный туристический нарратив, метафорический концепт, Зимний Байкал, метафора.

METAPHORICAL CONCEPT OF "WINTER BAIKAL" IN ADVERTISING TOURIST NARRATIVE

Research article

Men'shikova E.E.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0001-8410-3223;¹ Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation

* Corresponding author (canoe[at]list.ru)

Abstract

The aim of the work is to determine the specifics of functioning of the metaphorical concept of "Winter Baikal" in the advertising tourist narrative. Scientific novelty of the work is determined by the problem statement: attempts to represent and analyse the concept of "Winter Baikal" in the advertising tourist narrative have not been carried out; the main metaphorical characteristics implemented in the semantics of the concept of "Winter Baikal" were identified for the first time. The results obtained showed that the metaphorical concept of Winter Baikal is represented by winter nominations of Lake Baikal, solid (ice) aggregate forms of water, colour denotations, names-hydronyms, geographical coordinates as a paradise locus, sacralisation of its realities, anthropomorphic characteristics, etc. There is a high degree of emotional and evaluative, attractive and suggestive-pervasive impact on the potential consumer of the service within the framework of metaphorization.

Keywords: advertising tourist narrative, metaphorical concept, Winter Baikal, metaphor.

Введение

Актуальность работы обусловлена необходимостью исследовать культурно-маркированные языковые единицы, которые формируют национальный образ России, частности, образ Байкала. Этому содействуют тексты рекламного туристического нарратива, имеющие в своем арсенале целый набор различных языковых средств. Данные тексты способны воздействовать на ментальную и на эмоциональную сферу человека, на поведение потребителя услуги, на создание положительного прагматического эффекта, что также составляет актуальный исследовательский потенциал. Актуальным представляется рассмотрение в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы знания составляющих образа Байкала с учетом когнитивной и коммуникативной функций, т.е. «каждое языковое явление может считаться адекватно описанным и разъясненным только в тех случаях, если оно рассмотрено на перекрестке когниции и коммуникации» [9, С. 11–12]. Важным является то, что образ Байкала интегрирован с местной культурой и традициями, усиливая тем самым аутентичность и привлекательность региона для туристов, ищущих уникальный культурный опыт. В целом, актуальность работы обуславливается повышенным интересом к исследованию языковых способов (включая метафорические) репрезентации составляющих образа Байкала, а также их недостаточной представленностью в сфере туристического нарратива.

Поставленная цель предопределила решение следующих задач:

- 1) обобщенно представить основные подходы к исследованию метафорического концепта;
- 2) выявить языковые механизмы метафорической репрезентации концепта «Зимний Байкал»;
- 3) осуществить описание языковых средств, составляющих концепт «Зимний Байкал».

Практическая значимость работы состоит в том, что её положения, результаты, выводы, иллюстрированный материал могут быть использованы в рамках теоретических и специальных курсов, например, по лексикологии, межкультурной коммуникации, лингвокультурологии и когнитивной лингвистике. Результаты могут быть также востребованы специалистами в области рекламы и массмедиа-технологий.

Методы и принципы исследования

В ходе изучения языкового материала в работе применялись различные *методы* исследования: общенаучный метод анализа теоретических источников; метод сплошной выборки; контекстологический и интерпретационный методы; метод лингвистического описания (наблюдения, систематизации, обобщения языковых фактов). Материалом исследования являются тексты рекламного туристического нарратива сети Интернет от имени российских туроператоров и турагентств.

Теоретической базой исследования являются работы в области когнитивной лингвистики [8], [9]; теория концепта [3], [7]; исследования в области концептуальной метафоры и метафорических концептов [2], [14].

Основные результаты

В ходе анализа материала выявлено, что метафорический концепт «Зимний Байкал» представлен в рекламном туристическом нарративе понятийным, образным и ценностным компонентами. В рамках настоящего исследования мы выделили такие компоненты, определяющие содержание концепта «Зимний Байкал», как: зимние номинации озера Байкал, агрегатная форма воды – лёд, цветообозначения, имена-гидронимы, озеро как райский локус, сакрализация реалий озера, антропоморфные характеристики, зимние атмосферные явления (снег, иней), национально-региональные гастрономические метафорические номинации и т.д. Рассмотрим некоторые из них.

3.1. Номинации озера Байкал

Номинация понимается нами, вслед за В. Н. Телия, как процесс образования единиц языка, служащих для «называния и вычленения фрагментов неязыковой действительности и формирования соответствующих понятий о них в форме слов, сочетаний слов, фразеологизмов и предложений» и как результат процесса, т.е. значимая языковая единица [11, С. 279]. Зимний Байкал эксплицируется такими именованиями, как *Море, Жемчужина Сибири, Планета Байкал, Сердце Сибири, Око планета, Батюшка Байкал, Богатырь Байкал, Седой Байкал, Грозный Великан* и т.д.

Анализ текстов рекламного туристического нарратива показал связь номинаций озера Байкал с названиями туров: *Льды Байкала и Величие Саян; Байкал для сильных духом; Зимний Байкал: путешествие на другую планету; Хрустальный лёд Байкала; Магия льда; Ледниковый период на Байкале; Величие Саян и могущество Байкала; Хрустальное кольцо Байкала; Чудесная зимняя сказка; Зажигаю огни Байкала: Космический Новый год среди льдов; Колоритный тур к сердцу Байкала; Зимняя сказка Байкала; Зимнее очарование Байкала; В царстве льда; По ледяному зеркалу Байкала; Ольхон – зимнее сердце Байкала; Хрустальные замки Ольхона; Ледяные Замки Ольхона; Зимние чудеса Ольхона; Волшебный лёд Ольхона* и многие другие.

Например, текст туристического нарратива, репрезентирующий тур «Зимние сны Байкала» от имени туроператора внутреннего туризма и международного въездного туризма ООО «БАЙКАЛ НОРД» предлагает множество вариантов популярной активности зимнего сезона: *снегоходы, горные лыжи, сноубординг, конькобежные туры и заезды на собачьих упряжках, охоту, рыбалку* и многое другое. Байкал в данном тексте репрезентируется как *живое существо, примеряющее тяжёлый ледовый доспех, а берега озера покрыты пушистым снегом, где можно наслаждаться атмосферой полусонного покоя и полюбоваться новорождёнными зимними пейзажами*. Некоторые локусы Байкала представлены как *Сибирская Швейцария, живописный серпантин, серые великаны* и т.д. [5].

Метафоризация наименований озера Байкал и названий зимних туров, направлены в текстах рекламного туристического нарратива на эмоциональное, оценочное и суггестивное воздействия на потенциального потребителя услуги. Так, текст «Сибирская Нарния» [10] Байкал представляет в аспекте невероятных пейзажей, незабываемых впечатлений и легендарного Байкальского льда, используя разнообразные языковые средства: *сибирские Альпы, океаны снега, тишина снежных пейзажей, бескрайние ледяные просторы, незабываемые закаты в ледяных просторах, реликтовые леса создают ощущение волшебства, ритмы природы в окружении хвойного леса и хрустальных льдов, ослепительные вершины, вкус хрустящего воздуха возвращает в детство, парящие реки, сугробы и реликтовые леса, завораживающий рассвет на льду в окружении заснеженных елей, снежное царство, пушистые снега ущелья реки, Сибирский размах*. Здесь уместно пояснение, что Нарния (из серии фэнтези недружественного России британского писателя, учёного и богослова К. С. Льюиса) широко представлена в текстах рекламного нарратива, но имеет как положительный, так и некоторый отрицательный смысл. В представленных нами текстах туристического нарратива Нарния имеет положительное сакральное смысловое значение – это волшебный мир, страна гор, равнин и холмов, покрытых лесом и множеством островов.

Метафоры, номинирующие озеро Байкал в форме слов, сочетаний слов и предложений, является, таким образом, средством развертывания целого текста (или его фрагмента), т.е. смысловая последовательность развития метафоры в текстах рекламного туристического нарратива исходит от репрезентируемого аттрактора в названии тура к его поступательному развитию: «*Холодное сердце Байкала*», «*Зимнее дыхание Байкала*», «*Голос зимнего Байкала*», «*Зимний сон Байкала*», «*Хрустальный лёд Байкала*», «*Зимнее очарование Байкала*» и многие другие. Подобные номинации туров задают аттрактивную коммуникативную перспективу всему тексту рекламного туристического нарратива.

3.2. Антропоморфизм

Антропоморфизм понимается нами, вслед за А. П. Забияко и Е. С. Элбакян как «наделение материальных и идеальных объектов, предметов и явлений неживой природы, животных, растений, мифических существ человеческими свойствами – физическими, психическими, интеллектуальными качествами, а зачастую и гендерными признаками» [4, С. 90]. В данном исследовании мы синонимизируем термины антропоморфизм, олицетворение и персонификация.

Как показал анализ текстов, выбранных для анализа языковых явлений, выступающих объектом исследования, антропоморфные характеристики озера Байкал мотивированы такими основными лексико-семантическими блоками, как *Внешний облик человека, Внутренние органы и системы, Жизнь и физическое состояние человека, Насыщение, Дыхание, Эмоции, Мыслительная деятельность, Человеческий характер, Ментальные процессы, Бодрствование*,

Сон, Дремота, Пробуждение, Звуки речи и неречевое звучание. Например, в тексте «Что для тебя Байкал?» от имени туроператора «Байкалика» озеро Байкал репрезентируется как живое существо (человек): *своенравный, харизматичный, порой игривый, а иногда суровый, он улыбается, смеётся, а зимой, когда спит, можно слышать его дыхание и даже сердцебиение, и это захватывает дух* [13]. В целом, представленность озера Байкал в текстах рекламного туристического нарратива в аспекте зимнего периода характеризуется множеством антропоморфных лексем: *безмятежный, благородный, буйный, величественный, веселый, взрывной, гармоничный, гордый, могущественный, мужественный, непокорный, своенравный, сдержанный, сердитый, строптивый, а также Байкал поёт по ночам, Байкал живой* и т.д.

3.3. Цветообозначения

Высокую аксиологическую, прагматико-эстетическую аттрактивность и значимость проявляют цветовые метафоры. Анализ материала показал, что, в частности, природоморфные цветовые аттракторы в рекламном туристическом нарративе формируют зимний образ Байкала посредством монологических прилагательных вторичной цветовой номинации (*изумрудный, коралловый, жемчужный, серебристый (снег, лёд, вода)*); имён прилагательных вторичной номинации (*багряно-пунцовый, сиренево-розовый, молочно-белый, золотисто-желтый, янтарно-золотой, напр., закат/рассвет*); сложных цветообозначений вторичной номинации в конструкции «сущ. цвет + имя сущ. в родит. пад.» и «сущ. цвет + имя сущ. в им. пад.»: *цвет золота, янтаря, бирюзы, изумруда, фиалки, жемчуга, молока* и многие другие. Так, например, в тексте рекламного туристического нарратива «Байкал зимой: особенности отдыха на «Священном море» Байкал репрезентируется как *бриллиант планеты, бирюзовое око, неповторимые узоры, ледяные торосы красивого бирюзового цвета, ледяные шатры, созданные затейницей-природой, красавец-Байкал, сказочное озеро, бескрайняя гладь, крутые склоны и идеальный снег-пухляк, звездное небо, душа Байкала и его своенравный характер, священный Шаман-камень, Отец-Байкал, Дочь-Ангара, Красавец Енисей, невероятный и завораживающий, волнующий и живой, таинственный и уникальный* [1]. В целом, зимний образ озера Байкал представлен такими аттрактивными метафорическими цветовыми образами, как *синева, лазурь и изумруд озера, бирюзовые глаза озера, малахитовое зеркальце озера, аквамариновая гладь озера* и многими другими.

Таким образом, метафорический концепт «Зимний Байкал» в рекламном туристическом нарративе служит целям привлечения внимания потенциального потребителя услуги, где его аттрактивно-воздействующая направленность обладает информативной, экспрессивной и эстетической функциями, что в совокупности с оценочным потенциалом направлена на аксиологические ориентиры.

Обсуждение

В современной науке термин «концепт» не имеет четкого и точного определения и общепринятого понимания по причине его научной экспликации в рамках различных направлений и подходов (философский, психологический, когнитивный, собственно лингвистический, лингвокультурологический, интегративный подходы). Например, с позиции когнитивной лингвистики «концепт – это единица ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знания и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [8, С. 90]. В лингвокультурологических исследованиях концепт также рассматривается как мыслительная единица, формируемая в сознании человека под влиянием многих факторов, как форма воплощения культуры в сознании человека. Здесь уместно привести точку зрения В. А. Ефремова, согласно которого «лингвокультурный концепт можно определить, как «пучок» всех представлений, ассоциаций, знаний, оценок, эмоций и переживаний человека относительно какого-то явления, которые существуют в его сознании или ментальном мире и не в последнюю очередь обусловлены культурными знаниями» [3, С. 101].

В данном исследовании мы придерживаемся интегративного подхода к пониманию концепта, объединяющего некоторые из вышеназванных подходов к концепту, учитывая его многоаспектную природу. Так, В. И. Карасик [7, С. 71] определяет концепт как ментальное образование, состоящее из образно-перцептивного, понятийного и ценностного компонентов. Согласно автору, концепт есть первичное культурное образование, транслируемое в различные сферы бытия человека (в сферы понятийного, образного и деятельностного освоения мира). В этой связи следует отметить исследование И. С. Шулятикова, который обобщает различные точки зрения на то, что такое концепт и дает следующее его определение: «концепт – это единица коллективного сознания, отправляющая к высшим духовным ценностям, имеющая языковое выражение и отмеченная этнокультурной спецификой» [15, С. 101]. Концепт, таким образом, как ментальное образование аккумулирует в себе знания, культурно-обусловленные представления, ассоциации, эмоции как отдельных индивидов, так и этноса в целом.

Анализ литературы показал, что термин «метафорический концепт» научно представлен недостаточно, а его определения достаточно расплывчаты. В качестве актуальных для цели настоящей работы необходимо выделить исследование Д. Г. Шаталова, который рассматривает сущность метафорических концептов и определяет компоненты, вербализованные в метафорических выражениях. Автор приходит к выводу, что концепт есть совокупность общих признаков однородных предметов, а метафорический концепт представляет собой совокупность соотносимых признаков соотносимых концептов. Д. Г. Шаталов утверждает, что в случае метафорических концептов и представлений связь концептов и представлений присутствует изначально (по определению), а внутривидовая связность концептов и представлений, дополняемая связностью метафорических структур, увеличивает связность текста в геометрической прогрессии [14, С. 60].

Анализируя формы (например, ценности) концептуально-метафорической репрезентации концепта «Зимний Байкал» и его языковые механизмы мы исходили из представления о метафорическом концепте как об описании и понимании одной предметной области в терминах другой предметной области. В данном контексте Е. Г. Беляевская обращает внимание на то, что концептуальная метафора не есть метафора особого рода, а концепт особого рода и рассматривает метафорический концепт как «сложную концептуальную конструкцию, состоящую из двух доменов,

один из которых «спроецирован» на второй» [2, С. 16–17]. Для данной работы научно направляющим явилось и исследование О. И. Калинина, который рассматривает метафоричность в качестве дискурсивной характеристики, указывает на обусловленность дискурса прагматическими установками и культурной спецификой. Плотность метафор в тексте автор связывает с влиянием на степень речевого воздействия, а их использование в композиционной структуре отражает суггестивно-идентификационную, аттрактивную и персуазивную функции [6, С. 11]. Таким образом, в нашем понимании метафорический концепт подчеркивает когнитивную природу и сущность метафоры как емкой образной формы, выступающей инструментом речевого воздействия на потенциального потребителя туристской услуги и его вовлечения в мир мифопоэтической грёзы.

Заключение

Обобщением полученных результатов работы являются следующие выводы. В данной работе мы предприняли попытку эксплицировать метафорическую составляющую концепта «Зимний Байкал» в рекламном туристическом нарративе. Анализ литературы показал, что термины «концепт» и «метафорический концепт» не имеют четкого общепринятого понимания по причине их научных трактовок в рамках различных направлений и подходов. В данном исследовании мы приняли за основу интегративный подход к пониманию концепта, а метафорический концепт (подчеркивая его когнитивную природу в связке с метафорой) рассматриваем как инструмент речевого воздействия на потенциального потребителя туристской услуги. Полученные результаты показали, что метафорический концепт «Зимний Байкал» представлен в рекламном туристическом нарративе информационно-фактуальным (понятийным), образно-перцептивным (образным) и ценностным компонентами. Рассмотренные в данной работе номинации озера Байкал, антропоморфные характеристики и цветоименования зимнего Байкала свидетельствуют о потенциально высокой и актуально-значимой для реципиента текста вовлечённости в мир туристских практик, а, соответственно, и в мир грёзы. Перспективы дальнейшего исследования видятся в расширении настоящего исследования, в частности, большой интерес представляет рассмотрение озера зимнего сезона как райского локуса, а также национально-региональные гастрономические метафорические номинации зимнего образа озера «Байкал».

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Байкал зимой: особенности отдыха на «Священном море». — URL: <https://viasun.ru/blog/baikal-winter/?usclid=1t1wxucpz137152168> (дата обращения: 09.03.2024).
2. Беляевская Е. Г. Фрейм, концепт, концептуальная метафора – синонимы? (О соотношении и взаимодействии методов когнитивной лингвистики) / Е. Г. Беляевская // Вестник Московского государственного лингвистического университета. — 2015. — Вып. 22(733). — С. 9–20.
3. Ефремов В. А. Теория концепта и концептуальное пространство / В. А. Ефремов // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. — СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2009. — № 104. — С. 96–106.
4. Забияко А. П. Антропоморфизм / А. П. Забияко, Е. С. Элбакян // Большая российская энциклопедия. Том 2. — Москва, 2005. — С. 90.
5. Зимние сны Байкала. — URL: <https://baikal-nord.ru/tours/zimnie-sny-bajkala> (дата обращения: 12.02.2024).
6. Калинин О. И. Функциональный потенциал метафоры в дискурсе : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / О. И. Калинин. — Москва, 2022. — 36 с.
7. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — Волгоград : Перемена, 2002. — 476 с.
8. Кубрякова Е. С. Концепт / Е. С. Кубрякова // Краткий словарь когнитивных терминов. — Москва : Изд-во МГУ, 1996. — С. 90–93.
9. Кубрякова Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики / Е. С. Кубрякова // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2004. — № 1(001). — С. 6–17.
10. Сибирская Нарния. — URL: https://baikalpower.com/tours/baikal/sibirskaya_narniya_vyходnye_dlya_dvoih?usclid=lteeimw8p3690624227 (дата обращения: 03.02.2024).
11. Телия В. Н. Номинация / В. Н. Телия // Большая российская энциклопедия. Том 23. — Москва, 2013. — С. 279–280.
12. Толочин И. В. Метафора и интертекст в англоязычной поэзии: лингвостилистический аспект : монография / И. В. Толочин. — СПб. : Издательство С.Петербургского университета, 1996. — 96 с.
13. Что для тебя Байкал? — URL: <https://www.baikalika.ru/about/team/katya-chemysheva/> (дата обращения: 15.01.2024).
14. Шаталов Д. Г. Метафорические концепты и выражения: взаимодействие компонентов / Д. Г. Шаталов // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2009. — № 1(018). — С. 53–61.

15. Шулятиков И. С. Термин «концепт» в современной лингвистике / И. С. Шулятиков // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. — 2015. — № 2. — С. 98–102.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Bajkal zimoj: osobennosti otdyha na «Svjashhenom more» [Baikal in winter: features of recreation on the "Sacred Sea"]. — URL: <https://viasun.ru/blog/baikal-winter/?ysclid=ltl1wxucpz137152168> (accessed: 09.03.2024). [in Russian]
2. Belyaevskaya E. G. Frejm, koncept, konceptual'naja metafora – sinonimy? (O sootnoshenii i vzaimodejstvii metodov kognitivnoj lingvistiki) [Frame, Concept, Conceptual Metaphor – Synonyms? (On the Correlation and Interaction of Cognitive Linguistics Methods)] / E. G. Belyaevskaya // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta [Bulletin of the Moscow State Linguistic University]. — 2015. — Iss. 22(733). — P. 9–20. [in Russian]
3. Efremov V. A. Teorija koncepta i konceptual'noe prostranstvo [Theory of Concept and Conceptual Space] / V. A. Efremov // Izvestija Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gercena [Proceedings of the Russian State Pedagogical University named after A. I. Herzen]. — St. Petersburg : Publishing House of the A. I. Herzen State Pedagogical University, 2009. — No. 104. — P. 96–106. [in Russian]
4. Zabiyako A. P. Antropomorfizm [Anthropomorphism] / A. P. Zabiyako, E. S. Elbakyan // Bol'shaja rossijskaja jenciklopedija. Tom 2 [The Great Russian Encyclopedia. Volume 2]. — Moscow, 2005. — P. 90. [in Russian]
5. Zimnie sny Bajkala [Winter dreams of Baikal]. — URL: <https://baikal-nord.ru/tours/zimnie-sny-bajkala> (accessed: 12.02.2024). [in Russian]
6. Kalinin O. I. Funkcional'nyj potencial metafory v diskurse [The Functional Potential of Metaphor in Discourse] : abstract. diss. ... Doctor of Philology / O. I. Kalinin. — Moscow, 2022. — 36 p. [in Russian]
7. Karasik V. I. Jazykovoju krug: lichnost', koncepty, diskurs [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse] / V. I. Karasik. — Volgograd : Peremena, 2002. — 476 p. [in Russian]
8. Kubryakova E. S. Koncept [Concept] / E. S. Kubryakova // Kratkij slovar' kognitivnyh terminov [A Concise Dictionary of Cognitive Terms]. — Moscow : Publishing House of Moscow State University, 1996. — P. 90–93. [in Russian]
9. Kubryakova E. S. Ob ustanovkah kognitivnoj nauki i aktual'nyh problemah kognitivnoj lingvistiki [On the Attitudes of Cognitive Science and Current Problems of Cognitive Linguistics] / E. S. Kubryakova // Voprosy kognitivnoj lingvistiki [Questions of Cognitive Linguistics]. — 2004. — № 1(001). — P. 6–17. [in Russian]
10. Sibirskaja Narnija [Siberian Narnia]. — URL: https://baikalpower.com/tours/baikal/sibirskaya_narniya_vygodnye_dlya_dvoih?ysclid=lteeimw8p3690624227 (accessed: 03.02.2024). [in Russian]
11. Telia V. N. Nominacija [Nomination] / V. N. Telia // Bol'shaja rossijskaja jenciklopedija. Tom 23 [The Great Russian Encyclopedia. Volume 23]. — Moscow, 2013. — P. 279–280. [in Russian]
12. Tolochin I. V. Metafora i intertekst v anglojazыchnoj poezii: lingvisticheski aspekt [Metaphor and Intertext in English-language Poetry: Linguistic and Stylistic Aspect] : monograph / I. V. Tolochin. — St. Petersburg : Publishing House of St. Petersburg University, 1996. — 96 p. [in Russian]
13. Chto dlja tebja Bajkal? [What is Baikal to you?] — URL: <https://www.baikalika.ru/about/team/katya-chernysheva/> (accessed: 15.01.2024). [in Russian]
14. Shatalov D. G. Metaforicheskie koncepty i vyrazhenija: vzaimodejstvie komponentov [Metaphorical Concepts and Expressions: Interaction of Components] / D. G. Shatalov // Voprosy kognitivnoj lingvistiki [Questions of Cognitive Linguistics]. — 2009. — № 1(018). — P. 53–61. [in Russian]
15. Shulyatikov I. S. Termin «koncept» v sovremennoj lingvistike [The Term "Concept" in Modern Linguistics] / I. S. Shulyatikov // Vestnik Vjatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta [Bulletin of the Vyatka State University for the Humanities]. — 2015. — No. 2. — P. 98–102. [in Russian]