

Научная статья / Original article

УДК: 070: 304.4

DOI: 10.21209/1996-7853-2025-20-4-138-149

Аксиосфера территориальной идентичности в туристическом дискурсе Забайкалья и Урала**Ирина Викторовна Ерофеева¹, Анна Сергеевна Сумская²**¹Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия²Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия¹irina-jour@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5653-2792>²anna.sumskaia@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8186-2937>

В исследовании поднимаются актуальные вопросы региональной идентичности, крайне востребованные в цифровую эпоху когнитивных войн, пропаганды и дезинформации. Цель работы – выявление и анализ ценностной системы туристического дискурса на примере Забайкальского края и Урала, а также характеристика механизмов объективации ценностного сознания языковой личности данного дискурса в призме её культурной идентичности. Объектом изучения являются издания «Забайкалье. Современный путеводитель» и «Урал. Современный путеводитель» от PressPass. В исследовании использован лингвокультурологический подход, постулирующий неразрывное единство языка и культуры. Типологический анализ позволил идентифицировать эмпирический материал и представить его в качестве системы культурно-исторических доминант. Авторы опирались на методологию П. Нора, его концепцию «мест памяти», а также на суждения о локальной памяти Я. Ассмана. Анализ эмпирического материала осуществлялся с использованием лексико-статистических методов корпусной лингвистики на платформе Sketch Engine. Выводы исследования показали, что туристический медиадискурс задействует ресурсы языковой личности создателя и потребителя контента: с одной стороны, сохраняет и тиражирует локальную память малой родины, а с другой – формирует необходимую для социума национальную идентичность. Аксиосферу туристического дискурса можно представить как трёхуровневую систему, обладающую территориальной самобытностью и включающую духовно-нравственные, культурно-исторические и природные ценности. Согласно результатам проведённого лексико-статистического анализа и выделения наиболее сильной лексики, аксиосфера туристического дискурса непосредственно связана с особенностями исторического развития региона: в Забайкалье это приток вынужденных поселенцев, в том числе декабристов, создание Забайкальского казачьего войска; на Урале – открытие месторождений полезных ископаемых, промышленное освоение территории. Сопоставление двух разных регионов Российской Федерации – Забайкальского края и Уральского федерального округа – не только позволило выявить символический капитал самобытной территории, но и обозначить единые национальные ценности России, что даёт возможность формулирования необходимой категориальной базы дальнейших научных изысканий в области национального территориального маркетинга.

Keywords: дискурс территориальной идентичности, аксиология, социокультурные ценности, Забайкалье, Урал, туристический медиадискурс, языковая личность

Для цитирования

Ерофеева И. В., Сумская А. С. Аксиосфера территориальной идентичности в туристическом дискурсе Забайкалья и Урала // Гуманитарный вектор. 2025. Т. 20, № 4. С. 138–149. DOI: 10.21209/1996-7853-2025-20-4-138-149

The Axiosphere of Territorial Identity in the Tourism Discourse of Transbaikalia and Ural**Irina V. Erofeeva¹, Anna S. Sumskaya²**¹Transbaikal State University, Chita, Russia²Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia¹irina-jour@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5653-2792>²anna.sumskaia@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8186-2937>

This study addresses pressing issues of regional identity, which are highly relevant in the digital age of cognitive warfare, propaganda, and disinformation. The aim of the work is to identify and analyze the value system of tourism discourse, using the Transbaikal Territory and the Urals as examples, and to characterize the

© Ерофеева И. В., Сумская А. С., 2025



mechanisms by which the value consciousness of the linguistic personality of this discourse is formed through the prism of its cultural identity. The objects of study are the publications "Transbaikalia: A Modern Guide" and "The Urals: A Modern Guide" from PressPass. The linguacultural approach, postulating the inseparable unity of language and culture has been applied in the research. Typological analysis allowed us to identify the empirical material and present it as a system of cultural and historical dominants. The authors relied on P. Nohr's methodology, his concept of "places of memory", as well as on J. Assmann's views on local memory. The analysis of the empirical material has been carried out using lexical and statistical methods of corpus linguistics on the Sketch Engine platform. The findings revealed that tourism media discourse taps into the linguistic identities of both content creators and consumers. On the one hand, it preserves and disseminates the local memory of the native land, while on the other, it fosters a national identity essential to society. The axiosphere of tourism discourse can be conceptualized as a three-tiered system possessing territorial distinctiveness and encompassing spiritual, moral, cultural, historical, and natural values. According to the lexical and statistical analysis conducted and the identification of the most powerful vocabulary, the axiosphere of tourism discourse is directly linked to the specific features of the region's historical development. In Transbaikalia, there was an influx of forced settlers, including Decembrists, the creation of a Transbaikal Cossack Host. In the Urals, the discovery of mineral deposits and industrial development of the territory occurred. A comparison of two different regions of the Russian Federation – the Transbaikal Territory and the Ural Federal District – has allowed us to identify not only the symbolic capital of each unique territory but also to define Russia's unifying national values, which makes it possible to formulate the necessary categorical framework for further scientific research in the field of national territorial marketing.

Keywords: territorial identity discourse, axiology, sociocultural values, Transbaikalia, Ural, tourism media discourse, linguistic identity

For citation

Erofeeva I. V., Sumskaia A. S. The Axiosphere of Territorial Identity in the Tourism Discourse of Transbaikalia and Ural // Humanitarian Vector. 2025. Vol. 20, no. 4. P. 138–149. DOI: 10.21209/1996-7853-2025-20-4-138–149

Введение. Актуальность исследования обусловлена двумя факторами, во-первых, развернувшейся в современном мире ментальной войной и особой ролью информационных технологий по изменению национальной картины мира человека, во-вторых, возрастающим интересом к туризму – экологическим путешествиям, оздоровительному отдыху, приключениям и открытию новых направлений. Туризм двух регионов России, Урала и Забайкалья, развивается с начала XXI в., опираясь на уникальное культурно-историческое наследие, традиции коренных народов и роль индустриального прошлого. Для трансграничного региона Забайкалья, соседствующего с Китаем и Монголией, туристическая отрасль имеет стратегическое значение, рост экономики возможен благодаря развитию как внешнего туризма, так и внутреннего. По мнению исследователей, Забайкальский край обладает уникальными природными ресурсами, экологическим и историко-культурным потенциалом, любителям экстремальных путешествий могут быть интересны суровый климат, обилие быстрых каменистых рек, редкое сочетание гор и пещер, степей, пустыни и лесных массивов [1].

Челябинская область отличается въездным туризмом, в большом объёме предлагает промышленный туризм, а также разные новые туристические маршруты и продукты

[2]. Туризм обеспечивает занятость примерно 12 % населения региона, включая гостиничный и экскурсионный сервис, что способствует стабильному росту доходов местных жителей. В результате туристического притока улучшается транспорт, развиваются отели и сервисы, что позитивно сказывается на качестве жизни и экономической активности населения.

В целом активный туризм двух регионов подпитывает спрос на ремесленные изделия и национальную кухню, усиливая малый бизнес и создавая новые возможности для предпринимателей. Однако туризм – это не только путешествие людей с целью отдыха или познания мира, это сложный внутренний процесс открытия и опознавания собственной идентичности, чувства принадлежности к определённому социуму или территории проживания. Человек, как социальное существо, выстраивает своё бытие внутри общественных связей с учётом неизменных правил и обстоятельств географии проживания, а также согласно устоявшимся в социуме ценностным отношениям к другим людям и окружающему миру.

Сегодня, учитывая ситуацию на Украине, усиление русофобии и санкционного давления, проблема идентичности – насущный вопрос не только внутренней политики построения государственности, это важней-

ший фактор внешней политики страны [3, с. 50]. Мы наблюдаем набирающую обороты ментальную войну, которая разворачивается одновременно в двунаправленных сферах – информационной, с учётом интенсивных ресурсов медиа и искусственного интеллекта, и когнитивной, нацеленной на познание, эмоции, поведение человека, на уничтожение его исторической памяти. Объектами поражения в данной войне являются менталитет народа и его ментальные проявления – мироощущения, миропонимание, мировосприятие [4]. Нивелирование национальной картины мира позволяет реализовать сразу две задачи: сформировать общество без духовно-нравственных ценностей, закреплённых в языке и культурном наследии страны, а также взрастить массу не связанных с друг другом людей, отверженных и одиноких, без скреп исторической памяти, а значит выступающими лёгким объектом манипулятивного воздействия.

Учёные разных сфер знаний видят негативные эффекты современной информационной войны как в трансформации традиционного образа жизни и потере идентификации, так и в столкновении локальностей, которые разъединяют общество [5].

В процессе социализации человек приобретает необходимую для жизни устойчивую систему личностных характеристик, непосредственно связанных с устоявшимися общественными отношениями и с миром родной культуры. Он усваивает значимую модель идентичности и коллективных действий, включая целевой ориентир социума на общественное благо [6; 7]. Гармония и равновесие человеческой жизни формируются через освоение историко-культурного пространства и прочтения, дешифровки поликодового текста родной культуры. С одной стороны, массовая идентичность демонстрирует коллективную историческую память, знание общего языка, единую географию проживания, включая климатические условия, с другой стороны, социальная идентичность через коллективное знание позволяет человеку увидеть себя и найти своё место в жизни и социуме.

Особую роль в этом процессе выполняет туристический медиадискурс, имманентно сфокусированный на реалиях и ценностях культуры, а также природном ландшафте определённой территории. Цель исследования – выявление и характеристика систе-

мы ценностных доминант территориальной идентичности в туристическом медиадискурсе Забайкалья и Урала, характеристика механизмов формирования ценностной картины мира языковой личности создателя и потребителя дискурса территориальной идентичности.

Методы и методология исследования, обзор литературы. Теоретико-методологической основой исследования стал лингвокультурологический подход, который позволяет рассматривать медиадискурс как феномен культуры, как пространство репрезентации социокультурных ценностей, духовных и материальных реальностей народа, заключённых в языковом знаке и тексте в целом. В качестве методологического инструментария была задействована концепция «мест памяти» П. Нора, в рамках которой «сердце памяти» непосредственно связано с внешней точкой опоры, с пространством национальных символов, способных остановить время и препятствовать забвению [8, с. 45–47].

Теория «культурной памяти» Яна Ассмана также легла в основу исследования [9], поэтому объекты туристического дискурса, артефакты культуры рассматриваются в контексте воспоминаний большинства, сосредоточенных в символических фигурах, как некий процесс конструирования культурного времени и формирования коллективной идентичности, что позволяет сохранять память, «отлитую в символах» и «освещающих меняющееся настоящее» [Там же, с. 111].

Эмпирическую часть исследования составили медиатексты «Забайкалье. Современный путеводитель» и «Урал. Современный путеводитель» от PressPass. Обработка эмпирики осуществлена с помощью типологического анализа, позволившего идентифицировать систему культурно-исторических доминант, а также с использованием методов корпусной лингвистики на платформе Sketch Engine (компьютерной программы для анализа больших текстовых коллекций). Эмпирическая база включила 58488 слов в корпусе о Забайкалье и 27447 слов в корпусе об Урале. Общее количество – 85 935 слов. Программа Sketch Engine позволила выявить сеть понятий и ключевых слов или устойчивых связанных между собой словосочетаний, имеющих отношение к жизни человека на определённой территории. Данный подход выступил методическим ин-

струментом для воспроизводства типовых ценностей, объективированных в дискурсе территориальной идентичности.

Концептуальной базой являются исследования¹ в области современной когнитивной лингвистики [10]. Соответственно медиадискурс воспринимается нами не только как совокупность разных знаков, рассказывающая о мире, но и как пространство репрезентации конструктов национального мировидения языковой личностью автора, которые сложились в сознании определённого языкового коллектива на основе культурно-психологического, географического пространства, исторической памяти и религиозного опыта. Автор и потребитель дискурса выступают носителями культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, исконных моделей мировидения [11], что обуславливает возможность диалога и адекватной дешифровки дискурса в процессе коммуникации [12], а также определяет механизмы конструирования дискурса идентичности [13, с. 17].

Дискурс сосредотачивает социокультурные ценности, которые отражают доминанты действительности в приоритетных установках, целях, императивах и табу определённого социума [14, с. 123], посредством ценностей формируется чувство общности и принадлежности к большой группе, несмотря на разность составляющих его людей. Г. П. Выжлецов отмечал, что «ценности позволяют увидеть культуру народа и общества изнутри, из глубин социальной и индивидуальной жизни» [15, с. 65]. Тесное слияние индивидуального и коллективного подчёркивает суть природы ценностей: «внутреннюю свободу личности и возможность субъективации внешнего бытия» [16, с. 8].

Туристический медиадискурс имеет социокультурную природу, отражает ментальные образы территории через историческое повествование, достопримечательности, знаковые персоналии, природные ресурсы, промышленные объекты, природный ландшафт. Сегодня туризм – стремительно развивающийся сектор экономики, удовлетворяющий не только сугубо материальные интересы, но и врождённое стремление людей к природе, отдыху, самоактуализации в лоне культуры. Специфика данного дискур-

са заключена в его особенности объективировать символический капитал территории как некую совокупность значимых смыслов мест памяти, гарантирующих узнавание и престиж за счёт репрезентации культурной самобытности.

Туристический дискурс в последовательности коммуникативных актов вербального и невербального характера запечатлевает социокультурную идентичность, он связан общей темой территории и гносеологией [14]. Типологический статус туристического дискурса рассматривается через сферу коммуникации, в которой он функционирует, цели коммуникации, тип коммуникантов (адресата и адресанта) [17, с. 229]. По мнению Н. В. Филатовой, особенностью туристического дискурса является наличие лексикона культурозначимой информации, ориентированного на расширение соответствующей компетенции адресата и актуализацию фоновых знаний [18, с. 5].

Технологии данного дискурса постоянно обновляются за счёт авторских подходов в выборе формата повествования, идейного содержания и приёмов взаимодействия с аудиторией. Исследователи констатируют, что «инвентарь средств воздействия на адресата туристического дискурса является открытым множеством, он продолжает увеличиваться за счёт индивидуально-авторских инновационных приёмов» [Там же, с. 6]. Актуальность туристического контента обусловлена государственными приоритетами. В Стратегии пространственного развития РФ в сфере туризма на период до 2030 г. отмечена необходимость обеспечения спроса на внутренний и въездной туризм, указывается на реализацию природного, культурно-исторического, оздоровительного и иного рекреационного потенциала территорий².

Туристический дискурс воспроизводит социальную реальность через конструирование ценностей, помогает осуществлять самоидентификацию социального/территориального в структурах дискурсивности [19, с. 7]. По мнению С. В. Кардинской, подобная дискурсивность заполняется историческим концептом прошлого, тем самым упорядочивает саму действительность в линейной парадигме «прошлое – настоящее – будущее»

¹ Воркачёв С. Г., Карасик В. И., Маслова В. А., Пименова М. В. Лингвокультурная концептология: учеб. пособие. – СПб.: С.-Петербург. гос. экон. ун-т, 2025. – 288 с.

² Стратегия пространственного развития Российской Федерации в сфере туризма: утв. распоряжением Правительства РФ от 28 декабря 2024 г. № 4146-р. – URL: <https://clck.ru/3QuX8a> (дата обращения: 10.06.2025). – Текст: электронный.

[19, с. 18]. Таким образом создаётся дискурс идентичности, в котором проявляется интеркультуральная ситуация «свой-чужой», происходит процесс узнавания себя через Другого [20], в рефлексии на определённый пространственно-временной континуум и в ориентире на общественное благо [21].

В целом проблема национальной идентичности достаточно хорошо представлена в науке разных сфер знаний – философия, культурология, социология. Д. Н. Батырев определяет её как сложное чувство принадлежности к определённому социуму, многомерный и многогранный феномен, включающий социальные, социально-философские, психологические, культурологические аспекты [22]. В свою очередь историческая память, как коллективно выраженное сознание с присущим ему механизмом запечатления, хранения и воспроизводства культуры, является системообразующим элементом национальной идентичности [23]. Национальная идентичность в России – многокомпонентная структура, обусловленная тысячелетней историей нашего полиэтничного и многоконфессионального государства, она соборна по своей сути и предполагает духовную целостность и единение в многообразии.

Некоторые исследователи дифференцируют термины «региональная идентичность» и «территориальная идентичность». Региональную связывают с общностью на основе местной географической специфики, а территориальную – с процессом единения согласно принципу триединства: культуры, экономики и социальной сферы [24, с. 123]. В нашем исследовании эти термины мы используем как синонимы, так как географическая специфика и климатические условия обуславливают экономическое развитие региона, его социальные предпочтения и ценностный выбор, создают контекст для развития культуры.

Чувство принадлежности к территории проживания связано с когнициями – знанием и усвоением образа и конструктов региона; эмоциями/аффектами – идентификацией чувств и переживаний по отношению к территории проживания; ценностями – оценкой памятных мест в соотношении с жизненными ценностями. Территориальная идентичность основывается на личном осознании тесной связи с малой родиной, а также закрывает базовую потребность в ощущении

принадлежности к национальному сообществу в целом.

Проблема локальной идентичности в современной науке представлена на разных уровнях терминологического и содержательного характера [25–27], уделяют внимание и культурно-языковой идентичности в связи с глобализационными процессами [28]. Есть ряд работ, в которых поднимается проблема регионализма как некой альтернативы этнической или национальной идентичности. Рассматриваются степень и аспекты угрозы региональной идентичности территориальной целостности России [29]. Причины ослабления национальной идентичности в разных странах связывают с потерей доверия государственным институтам и соответственно ценностям и историческим символам, которые ассоциируются с властью [30].

Тем не менее в современной России, по мнению ряда исследователей, усиление региональной идентичности не несёт в себе деструктивного начала [3, с. 51]. Соборная культура Руси всегда предполагала собиранье граждан вокруг идентичных духовных ценностей и формирование единой нации по формуле «единство в многообразии». По мнению А. Н. Барышной, именно уровень доминирования общегосударственной идентичности является индикатором здорового гражданского самосознания в процессе строительства нации [Там же].

Результаты исследования и их обсуждение. В своём исследовании мы сфокусировали внимание на дискурсе двух масштабных путеводителей «Забайкалье. Современный путеводитель» и «Урал. Современный путеводитель», особенности и семиотические параметры которых позволяют определить их как эффективное средство продвижения и реализации туристского продукта, а также как способ коммуникации между субъектами туристической индустрии [31, с. 149]. Одновременно данный дискурс тиражирует социокультурные ценности региональной идентичности посредством артефактов, пространственных и временных матриц территорий, воспроизводит набор ключевых ценностей жизни людей региона в парадигме «прошлое – настоящее – будущее» [12]. Указанный процесс двунаправленный: на одном уровне отражает ключевые конструкты территориальной идентичности, на другом – формирует их в картине мира читателя/потребителя.

Отождествление себя с конкретной общностью разворачивается за счёт переживаемых и осознаваемых смыслов, закреплённых в дискурсе и связанных с местами памяти. Дешифровка дискурса путеводителя читателем включает социальное самоопределение, чувство солидарности с другими людьми через освоение и принятие ценностей территории.

Туристический контент, как осознанный медиапродукт всего лучшего в регионе, представляет собой своеобразную символическую карту территории, некое аксиологическое пространство, суммирующее систему убеждений, принципов и идей, напрямую связанных с самобытной культурой и артефактами, природным богатством, этническим разнообразием и духовно-нравственными ценностями человека. Фактология дискурса отражает место памяти идентичности и наполняются конструктами должного – ценностно-нормативными системами [19, с. 21]. Аксиосферу туристического дискурса можно представить как трёхуровневую систему, которая объективирует территориальную самобытность и включает доминирующие, характерные/типические 1) духовно-нравственные, 2) культурно-исторические и 3) природные ценности.

В дискурсе путеводителя ценностные доминанты непосредственно связаны с особенностями исторического развития региона. Так, аксиологию Урала определили ряд факторов: специфика присоединения территории к России в 1582 г., её освоение и прокладывание первой сухопутной дороги через Урал, открытие месторождений полезных ископаемых в начале XVII в., строительство первых металлургических заводов и усиленное промышленное освоение при Петре I. Идентично ряд исторических фактов развития Забайкальского края способствовали кристаллизации ценностных приоритетов территории: освоение Забайкалья первопроходцами в середине XVII в.; рост населения за счёт притока поселенцев, в том числе вынужденных – преступники и участники декабрьского восстания; создание в 1851 г. Забайкальского казачьего войска; железнодорожное строительство, в том числе Транссибирской магистрали.

В дискурсе путеводителя о Забайкалье культурное наследие остаётся ведущей темой, за ним следуют природа и гастрономия. В дискурсе об Урале выделяется индустри-

альное и культурное наследие, природные ресурсы играют значимую роль в формировании туристических предпочтений на Урале, также представлены культурные фестивали и гастрономический туризм.

Духовно-нравственные ценности, объективированные в дискурсе, раскрывают должное и желаемое во внутреннем мире человека, душевный вектор его стремлений, мыслей и поступков. Лексемы вероисповедание (Забайкалье) и божий (Урал) являются центральными конструктами семантического портрета человека территории.

Когнитивную сферу ценностей Забайкалья заполнили доминирующие лексемы: церковь, сердце, вера, омовение, сакральный, мужество, шаман, эвенк. Указанные аксиологемы поддерживаются типичной историей края, выраженной в лексической парадигме: открытия – древние погребения – острог – жить – бояться – тюрьма – семья.

Аксиосфера Урала выстроена на конструктах трёхуровневого бытия человека: 1) языческий: Древность – Народный промысел – Исцеление – Природа/Дерево/Гора; 2) религиозный: Быть – Божий – Духовный; 3) социальный: Служба – Знатный – Город – Завод.

Ассоциативное поле духовных конструктов демонстрируют контексты (первые 30, которые выдаёт программа в корпусах Забайкалья и Урала). В контенте о Забайкалье доминирует искусство древних людей и буддистская символика: «Кто мы?» – спрашивали себя древние люди, старательно рисуя диких животных красной охрой на скалах; Местные буддисты верят, что через скалу Храм Ворот – главную святыню Алхана – можно попасть в мир божества Димчиг (или Демчог), одного из главных защитников буддистской веры; Считается, что для обретения гармонии в семье необходимо трижды обойти ступу по часовой стрелке. В топе самых сильных словосочетаний в корпусе текстов путеводителей для Забайкалья – молитвенный барабан, Бурятский округ.

Ассоциативное пространство Урала соткано из апелляции к символическому, древности и язычеству: Цветущий тюльпан – символ весны – лёг в основу архитектурного проекта комплекса уфимской мечети; Нос животного затерт до золотого блеска – проходя мимо, люди прикасаются к нему и загадывают желание. В топе самых сильных словосочетаний в корпусе текстов путево-

дителей Урала – коренной народ, духовная столица Урала, народ манси.

Различные артефакты отражают символическую репрезентацию духовных конструкций. Так, в корпусе о Забайкалье часто воспроизводится символика мира и гармонии, мужества и чести, сакральных идей буддизма и индуизма, православия. Доминирующие духовные символы территории – Церковь декабристов; Кафедральный собор Казанской иконы Божьей Матери; буддистская ступа посёлка Агинское – история которого начинается благодаря прибывшим туда восьми бурятским родам в XVIII в.

Историческая память Урала локализована в музейных комплексах, которые востребованы туристами, посещающими регион. Духовными символами территории являются Верхотурский Свято-Николаевский мужской монастырь, Свято-Троицкий кафедральный собор, Чимеевский мужской монастырь и Чимеевская чудотворная икона Божьей Матери.

В дискурсе территориальной идентичности часто обозначены знаменитые люди региона, черты которых образуют символическое пространство территории и являются личностными маркерами устоявшихся духовно-исторических ценностей. Символически маркированными персонами для Урала являются: Акинфий Никитич Демидов (основатель уральских заводов, символ предпринимательства), Ермак Тимофеевич и Григорий Распутин (символы свободолюбия/русской воли), Василий Никитич Татищев (основатель Екатеринбурга, инженер и историк, символ сохранения традиций и преемственности), Михаил Калашников (символ военной мощи), преподобный Далмат Исетский и Симеон Верхотурский как небесный покровитель Уральской земли (духовные символы).

В дискурсе о Забайкалье доминирующий перечень исторических персоналий составили: протопоп Аввакум (как символ несгибаемой воли), пребывающий в ссылке и внёсший огромный вклад в развитие горного дела; русский землепроходец, основатель многих сибирских городов Пётр Бекетов (символ жизни); основатель Монгольской империи Чингисхан (военный символ); оказавшие значительное влияние на развитие Забайкалья декабристы Никита и Алексей Муравьёвы, Иван Анненков, Константин Торсон, Фердинанд Вольф, Дмитрий Зава-

лишин и др. (символ борьбы и одновременно просвещения); Михаил Бутин (золотопромышленник, благотворитель и меценат, символ успешности, щедрости и патриотизма).

Культурно-исторические ценности также являются ведущими в туристическом дискурсе. Этнографические музеи в Чите рассказывают об уникальных обычаях коренных народов региона, привлекая искателей аутентичных культурных впечатлений. Аксиосферу культурно-исторических доминант посредством сильных словосочетаний в корпусе текстов путеводителей для Забайкалья составили: Петровский завод, Сенатская площадь, Дорога жён декабристов – Сибирский тракт, Величайший чайный путь, Монгольская империя, Дом офицеров.

В топе самых сильных словосочетаний в корпусе текста путеводителя Урала: Страна городов, Невьянский завод; Детская железная дорога, Музейный комплекс, Театр оперы и балета имени Петра Чайковского, Крупнейший лагерь Гулага, Музей бронетанковой техники, Легендарный танк.

В дискурсе идентичности отмечены имеющие сакральное значение для жителей региона праздники, связанные с культурной или религиозной традицией. Ежегодные праздники в Забайкалье собирают тысячи людей, укрепляя связь с традициями и способствуя погружению туристов в региональную культуру и атмосферу: праздник Белого месяца (Новый год по лунному календарю); фестиваль Семейская круговая; праздник-обряд Обоо тахилга – проводится на Титовской сопке в честь хозяйки горы, шаманки с добрым нравом Эрдэнэ Айралжан. В Дискурсе Урала акцент сделан на празднике дружбы и единства десятки народов региона «День народов Среднего Урала», на летнем празднике «Сабантуй», отмечаемом татарами и башкирами.

Символический капитал территории поддерживается топовыми музеями, центрами духовной жизни региона, которые отражают его коллективную память и символизируют осязаемое представление истории, культуры и знаний. Для забайкальского дискурса это старейший музей Сибири и Дальнего Востока Забайкальский краевой краеведческий музей им. А. К. Кузнецова; бывшая церковь, которую посещали декабристы, «Музей декабристов»; Нерчинский краеведческий музей «Бутинский дворец»; Военно-исторический музей Забайкальского

края; Музей Истории культуры и быта старообрядцев Забайкальского края. В туристическом дискурсе Урала специфика музейного пространства непосредственно обусловлена историей края: Музей истории и археологии Урала; Музей трудовой и боевой славы, Археопарк, Музей истории камнерезного и ювелирного искусства; Уральский геологический музей; Экоиндустриальный технопарк «Старый Демидовский завод». Уральские заводы и фабрики XIX–XX вв. сегодня превращаются в музеи и культурные площадки. Это помогает сохранить индустриальное прошлое края.

Природные ценности – один из основных объектов аксиосферы туристического дискурса. Анализ массивов каждого корпуса позволил выявить символически значимые места природы, крайне важные в модели мира создателя медиадискурса. Природа традиционно представлена не только как материальный объект восхищения, но и как источник истины и силы, олицетворения и метафоризации. Наиболее сильными/доминирующими природными объектами в корпусе текстов путеводителей Забайкалья являются Новая Чара / Каларский район, Мраморное ущелье, пещеры «Хээтэй», Национальный парк «Кодар» с Чарскими песками, Национальный парк «Алханай», Ивано-Арахлейский природный парк, озеро Арей, река Онон, Сохондо, Красный Чикой, Агинская степь, Торейские озёра (самые крупные озёра на границе с Монголией), Сохондинский государственный заповедник, целебные источники. Особо отмечены богатства забайкальской земли: тонна руды, кедровый орех, солнечный край.

Природная аксиосфера дискурса Урала представлена Средним, Северным, Полярным Уралом; национальными парками и заповедниками Аркаим, Зюраткуль, Таганай Югыд ва; также это Ильменский заповедник; геологический памятник Маньпупунер, ресурсы рек Балбанью, Исети, Соби, Чусовой и озёр Аргази, Балбанты, Таватяй, Тургояка, Хадатаеганлора. В перечне богатств земли и климата названы полярный день, тонна чугуна, бурзянская пчела как символ края.

Анализируя наиболее сильные контексты, следует признать, что образность и соответственно эффективность туристического дискурса во многом зависит от потенциала языковой личности создателя. Дискурс

идентичности Забайкалья демонстрирует ярко выраженное образное мышление и художественный вкус автора, который легко апеллирует различными видами троп – метафорами и сравнениями: Местность завораживает ещё больше, если знать, что необычная сибирская пустыня лежит на дне гигантского водоёма; Голова кружится от горного воздуха и запаха трав, а названия мест – Алмазная Царевна, скала Небесной Музыкантши, Чрево Матери, Промежуточный Мир – напоминают о детских сказках и древних мистических культах. Одновременно дискурс фактологичен, порой оформлен в прагматическом формате как некий совет читателю: В качестве сувенира можно привезти луговой или таёжный мед, а также варенье из дикорастущих ягод – голубики или брусники; Цветная песочная мандала используется в качестве инструмента для благословения Земли и её обитателей.

Языковая личность автора дискурса об Урале обладает ярко выраженным аналитическим мышлением, разделяет информацию на части, выстраивает логические связи, демонстрирует внимание к деталям – выявляя неочевидные факты и тонкости памятных мест территории: Эта пограничная твердыня двух частей света, большею частью которых обладает Россия; Позже в регионе найдут самоцветы, малахит, алмазы и изумруды; Регион лежит на стыке миграционных потоков птиц и животных; В регионе насчитывается более 6 тыс. озёр; В перевале с ненецкого Воркута означает «медвежья земля» или «медвежий угол».

Заключение. Результаты анализа туристического дискурса Забайкалья и Урала позволяют говорить о социокультурных возможностях подобного контента, о его особой аксиосфере, которая при грамотной работе автора воспроизводит три доминирующих уровня системы ценностей региона: духовно-нравственный, культурно-исторический и природный. От характеристики языковой личности автора дискурса зависит художественная ценность контента и его возможность влиять на восприятие образа региона потребителем.

Туристический дискурс конструирует цельный пространственно-временной континуум самобытной культуры, берущей своё начало в прошлом и отражающий локальную память региона сегодняшнего дня в её естественном целеполагании на буду-

щее социума. Основной герой контента – типичный носитель региональной культуры, пребывающий в знаковых реалиях территории, окружённый природными богатствами, артефактами и музейными центрами духовной жизни. Таким образом, воссоздаётся дискурс идентичности – некая аксиосфера, в рамках которой происходит выраженная в различных языковых конструктах категоризация жизни и ценностная интерпретация социальных практик человека, его сосуществование с территорией проживания.

В целом, как показало исследование, консервативная ментальная культура России определила наличие в обоих корпусах культа древности и особого уважения к истории региона. В обоих корпусах текстов репрезентируются общие национальные ценности: патриотизм, единение и соборность в принятии и почитании разных этносов и вероисповеданий. В данном контексте туристический дискурс реализует одновре-

менно ряд задач: сохранение и тиражирование исторической памяти определённой территории; объединение людей региона в единой смысловой парадигме развития социума; формирование национальной идентичности через принятие общих культурных, социальных, языковых и ценностных характеристик большой страны.

Исследования в подобном направлении могут стать методологической основой для выявления ключевых компонентов туристического дискурса как некой национальной парадигмы единства в многообразии и как ценностного ресурса для разработки стратегии устойчивого развития региона. Результативность контента во многом зависит от профессиональных характеристик коммуникатора, от его умения расставлять приоритеты в неоднозначной системе сугубо экономической составляющей туризма и универсальных аксиологических факторов интереса целевой аудитории.

Список литературы

1. Леокумович Н. В., Криклевецкая Л. Ю., Михайлова Е. А., Казанов Е. А. Стратегические предпосылки развития экстремального туризма: региональный аспект // Международный научно-исследовательский журнал. 2023. № 6. DOI: 10.23670/IRJ.2023.132.49. EDN: VORBNK
2. Силова Е. С., Тарынин Ю. С. Тренды развития туризма в России в условиях нестабильности и санкций // Вестник Челябинского государственного университета. 2023. № 8. С. 126–137. DOI: 10.47475/1994-2796-2023-478-8-126-137. EDN: UDQRUQ
3. Барышная Н. А. К вопросу о территориальной идентичности: концептуальные аспекты // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2020. № 4. С. 50–53. EDN: ALWQNC
4. Гулевская Н. А., Гулевский А. Н. К вопросу понимания ментальной войны // Вестник Калмыцкого университета. 2024. № 1. С. 134–139. DOI: 10.53315/1995-0713-2024-61-1-134-139. EDN: ZLYJBH
5. Шмаков В. С. Социокультурная идентичность как основа жизнедеятельности локальных сообществ // Национальная идентичность сквозь призму диалога культур: сб. науч. ст. IV Междунар. конгресса. Ростов н/Д, 2023. С. 468–473. EDN: ZIRDWA
6. O'Connor P. The unanchored past: Three modes of collective memory // Memory Studies. 2019. December. DOI: 10.1177/1750698019894694
7. Münch R. Integration, Social // International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences / editor-in-chief J. D. Wright. Second Edition. Oxford: Elsevier, 2015. P. 243–248.
8. Нора П. Проблематика мест памяти // Франция-память: сб. / П. Нора [и др.]. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1999. С. 17–50.
9. Assmann J. Communicative and Cultural Memory // Cultural Memory Studies. An International and Interdisciplinary Handbook. Berlin; New York: Walter de Gruyter, 2008. P. 109–118.
10. Колесов В. В. Основы концептологии. СПб.: Златоуст, 2019. 776 с.
11. Карасик В. И. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009. 408 с. EDN: QUTWBB
12. Ерофеева И. В., Простакишина Н. В. Аксиология туристического медиадискурса Забайкальского края // Ценностные ориентиры современной журналистики: сб. науч. ст. по материалам VII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (г. Пенза, 8–10 октября 2020 г.) / под ред. Е. К. Рева. Пенза: ПГУ, 2020. С. 34–39. EDN: RBUGLK
13. Angenot M. Théorie du discours social. Notions de topographie des discours et de coupure cognitives // Discours en contexte. 2006. No. 1. P. 12–25. DOI: 10.4000/contextes.51
14. Поварницына М. В. Лингвокультурная характеристика ценностей туристического медиадискурса // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2018. № 2. С. 122–127. EDN: YQXPPD
15. Выжлецов Г. П. Аксиология культуры. СПб.: СПбГУ, 1996. 152 с.

16. Баева Л. В. Экзистенциальная природа ценностей: автореф. дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.13. Волгоград, 2004. 43 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/ekzistentsialnaya-priroda-tsennostei/read> (дата обращения: 11.03.2025). Текст: электронный. EDN: NHYLQD
17. Тарнаева Л. П., Дацюк В. В. Туристический дискурс: лингвопрагматические характеристики // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2013. № 3. С. 229–235. EDN: RLYJCB
18. Филатова Н. В. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 10.02.01. М., 2014. 25 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/diskurs-sfery-turizma-v-pragmaticheskom-i-lingvisticheskom-aspektakh/read> (дата обращения: 12.03.2025). Текст: электронный. EDN: ZPFMEN
19. Кардинская С. В. Конструирование дискурса этнической идентичности (интерпретативные модели удмуртской этничности): дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.11. Ижевск, 2005. 294 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/konstruirovanie-diskursa-etnicheskoi-identichnosti-interpretativnye-modeli-udmurtskoi-etnich> (дата обращения: 12.03.2025). Текст: электронный. EDN: NNQABV
20. Sonesson G. Ego meets alter: the meaning of otherness in cultural semiotics // *Semiótica*. 2000. Vol. 128, no. 3-4. DOI: 10.1515/semi.2000.128.3-4.537
21. Birkner T., Donk A. Collective memory and social media: Fostering a new historical consciousness in the digital age? // *Memory Studies*. 2020. Vol. 13, no. 4. P. 367–383.
22. Батырев Д. Н. Проблема национальной идентичности в глобализирующемся мире (социально-философский анализ): автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. Ростов н/Д, 2009. 34 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/problema-natsionalnoi-identichnosti-v-globaliziruyushchemsya-mire-sotsialno-filosofskii-anal/read> (дата обращения: 11.04.2025). Текст: электронный. EDN: ZNVFJV
23. Кулиш В. В. Идентификационная функция исторической памяти в сохранении социально-здоровья молодежи // Формирование гражданской идентичности молодежи в условиях социально-экономических реалий Российского общества: материалы междунар. науч.-практ. конф. Казань, 2017. С. 133. EDN: YMNPCD
24. Патюков С. В., Филатова И. С. К вопросу о корреляции понятий «территориальная идентичность» и «региональная идентичность» // Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций: материалы VIII Всерос. науч.-практ. конф. Краснодар, 2025. С. 123–129.
25. Lapshakov G. S. Historical narrative in Japanese local identity // *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. 2021. No. 5-1. P. 137–140. DOI: 10.24412/2500-1000-2021-5-1-137-140. EDN: JBBTYV
26. Ryzhkov A. M., Petrova E. O., Vlahov A. V. Language policies and local identities in the russian-nordic borderlands // *Sociolinguistic Studies*. 2021. No. 2. P. 128–144. DOI: 10.37892/2713-2951-2021-2-6-128-144. EDN: AIKGUJ
27. Лебедев С. Д., Потеряхина М. О. Локальная идентичность и солидаризация: Белгород – 2017 // Управление городом: теория и практика. 2017. № 1. С. 42–49. EDN: KXPRDV
28. Мшвидобадзе Т. З., Антошин В. А. Культурно-языковая идентичность как основа локальных и глобальных экосистем: этический, политический, лингвистический аспекты // Государство. Политика. Социум: вызовы и стратегические приоритеты развития: материалы Всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2024. С. 437–443. EDN: OFUVYM
29. Prendergrast J. G. Regional identity and territorial integrity in contemporary Russia // Department of Geography, University of Leicester. № Working Paper No. 1. 35 p. EDN: SDPMIN.
30. Баранов А. В. Изменения соотношения национальной и территориальных идентичностей в современной Испании // Ибероамериканские тетради. 2024. Т. 12, № 1. С. 210–222. DOI: 10.46272/2409-3416-2024-12-1-210-222. EDN: LIVDIB
31. Колчевская В. А. Аспекты туристического дискурса в жанре путеводителя // Когнитивно-дискурсивное пространство в современном гуманитарном знании: сб. науч. тр. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2017. С. 145–150. EDN: XOVKXJ

Информация об авторах

Ерофеева Ирина Викторовна, доктор филологических наук, доцент, Забайкальский государственный университет; 672039, Россия, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, 30; irina-jour@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5653-2792>.

Сумская Анна Сергеевна, доктор филологических наук, доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; 620000, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Мира, 19; anna.sumskaia@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8186-2937>

Вклад авторов в статью

Ерофеева И. В. – работа над концепцией исследования, формулировка выводов и обобщение итогов реализации коллективного проекта, структурирование и анализ полученных результатов, подготовка текста статьи.

Сумская А. С. – формулировка гипотезы исследования, проведение эмпирической части исследования, систематизация и анализ полученных материалов, подготовка текста статьи.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 30.08.2025; одобрена после рецензирования 30.10.2025; принята к публикации 01.11.2025.

References

1. Leokumovich NV, Kriklevskaya LY, Mikhailova YA, Kazanov YA. Strategic prerequisites for extreme tourism development: a regional perspective. *International Research Journal*. 2003;(6). DOI: 10.23670/IRJ.2023.132.49. EDN: VORBHK. (In Russian)
2. Silova ES, Tarynin YuS. Tourism development trends in Russia under conditions of instability and sanctions. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2023;(8):126-137. DOI: 10.47475/1994-2796-2023-478-8-126-137. EDN: UDQRUQ. (In Russian)
3. Baryshnaia NA. On the issue of territorial identity: conceptual aspects. *Aktual'nye Problemy Sovremennosti: Nauka i Obshchestvo*. 2020;(4):50-53. EDN: ALWQNC. (In Russian)
4. Gulevskaya N, Gulevsky A. To the issue of understanding mental war. *Bulletin of Kalmyk University*. 2024;(1):134-139. DOI: 10.53315/1995-0713-2024-61-1-134-139. EDN: ZLYJBH. (In Russian)
5. Shmakov VS. Identidad sociocultural como base de la vida de las comunidades locales. In: National Identity through the Prism of Dialogue of Cultures. Collection of Scientific Articles IV International Congress. Rostov n/D; 2023. P. 468-473. EDN: ZIRDWA. (In Russian)
6. O'Connor P. The unanchored past: Three modes of collective memory. In: *Memory Studies*; 2019. December. DOI: 10.1177/1750698019894694
7. Münch R. Integration, Social. In: Wright JD (ed). *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Second Edition. Oxford: Elsevier; 2015. P. 243-248.
8. Nora P. Problems of Places of Memory. In: *France-Memory: collection*. Saint Petersburg: Izd-vo S.-Peterb. un-ta; 1999. P. 17-50. (In Russian)
9. Assmann J. Communicative and Cultural Memory. In: *Cultural Memory Studies. An International and Interdisciplinary Handbook*. Berlin; New York: Walter de Gruyter; 2008. P. 109-118.
10. Kolesov VV. *Fundamentals of Conceptology*. Saint Petersburg: Zlatoust; 2019. 776 p. (In Russian)
11. Karasik VI. *Language Keys*. Moscow: Gnosis; 2009. 406 p. EDN: QUTWBB (In Russian)
12. Erofeeva IV, Prostakishina NV. Axiology of Tourist Media Discourse of the Trans-Baikal Territory. In: *Value Guidelines of Modern Journalism: Collection of Scientific Articles Based on the Materials of the VII All-Russian Scientific and Practical Conf. with International participation*. Penza: PGU; 2020. P. 34-39. EDN: RBUGLK. (In Russian)
13. Angenot M. Théorie du discours social. Notions de topographie des discours et de coupure cognitives. *Discours en contexte*. 2006;(1):12-25. DOI: 10.4000/contextes.51
14. Povarnitsyna MV. Linguocultural characteristics of the values of tourist media discourse. *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*. 2018;(2):122-127. EDN: YQXPPD. (In Russian)
15. Vyzhletsov GP. *Axiology of culture*. Saint Petersburg: SPBGU; 1996. 152 p. (In Russian)
16. Baeva LV. *Existential nature of values: doct. phil. sci. diss. abstr.* Volgograd; 2004. 43 p. Available at: <https://www.dissercat.com/content/ekzistentsialnaya-priroda-tsennostei/read> (accessed 11.03.2025). EDN: NHYLQD. (In Russian)
17. Tarnaeva LP, Datsiuk VV. Tourist discourse: lingvopragmatic aspects. *Bulletin of the St. Petersburg State University*. 2013;(3):229-235. EDN: RLYJCB. (In Russian)
18. Filatova NV. *Discourse of the tourism sphere in pragmatic and linguistic aspects: cand. philol. sci. diss. abstr.* Moscow; 2014. Available at: <https://www.dissercat.com/content/diskurs-sfery-turizma-v-pragmaticheskomi-lingvisticheskom-aspektakh/read> (accessed 12.03.2025). EDN: ZPFMEN. (In Russian)
19. Kardinskaya SV. *Construction of the discourse of ethnic identity: doct. phil. sci. diss. abstr.* Izhevsk; 2005. 294 p. Available at: <https://www.dissercat.com/content/konstruirovaniye-diskursa-etnicheskoi-identichnosti-interpretativnye-modeli-udmurtskoi-etnich> (accessed 12.03.2025). EDN: NNQABV. (In Russian)
20. Sonesson G. Ego meets alter: the meaning of otherness in cultural semiotics. *Semiótica*. 2000;128: (3-4). DOI: 10.1515/semi.2000.128.3-4.537
21. Birkner T, Donk A. Collective memory and social media: Fostering a new historical consciousness in the digital age? *Memory Studies*. 2020;13(4):367-383.
22. Batyrev DN. *The Problem of National Identity in a Globalizing World: cand. phil. sci. diss. abstr.* Rostov n/D; 2009. 34 p. Available at: <https://www.dissercat.com/content/problema-natsionalnoi-identichnosti-v-globaliziruyushchemsya-mire-sotsialno-filosofskii-anal/read> (accessed 11.04.2025). EDN: ZNVFJV. (In Russian)
23. Kulish VV. Identification function of historical memory in preserving social health of young people. In: *Formation of civic identity of young people in the context of socio-economic realities of Russian society: Proc. of the international scientific-practical conference*. Kazan; 2017. P. 133. EDN: YMNPCD. (In Russian)

24. Patyukov SV, Filatova IS. On the correlation between the concepts of “territorial identity” and “regional identity”. In: Advertising, marketing, PR: theoretical and applied aspects of integrated communications. Proceedings of the VIII All-Russian scientific and practical conference. Krasnodar; 2025. P. 123-129. (In Russian)
25. Lapshakov GS. Historical narrative in Japanese local identity. *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. 2021;(5-1):137-140. DOI: 10.24412/2500-1000-2021-5-1-137-140. EDN: JBBTYV
26. Ryzhkov AM, Petrova EO, Vlahov AV. Language policies and local identities in the russian-nordic borderlands. *Sociolinguistic Studies*. 2021;(2):128-144. DOI: 10.37892/2713-2951-2021-2-6-128-144. EDN: AIKGUJ
27. Lebedev SD, Poteryakhina MO. Local identity and solidarity: Belgorod – 2017. *City management: theory and practice*. 2017;(1):42-49. EDN: KXPRDV. (In Russian)
28. Mshvidobadze TZ, Antoshin VA. Cultural and linguistic identity as the basis of local and global ecosystems: ethical, political, linguistic aspects. In: State. Politics. Society: challenges and strategic development priorities. Proceedings of the All-Russian scientific and practical conference with international participation. Ekaterinburg; 2024. P. 437-443. EDN: OFUVYM. (In Russian)
29. Prendergrast JG. Regional identity and territorial integrity in contemporary Russia. In: Department of Geography, University of Leicester. № Working Paper No. 1. 35 p. EDN: SDPMIN
30. Baranov AV. Changes in the correlation between national and territorial identities in contemporary Spain. *Iberoamerican Papers*. 2024;12(1):210-222. DOI: 10.46272/2409-3416-2024-12-1-210-222. EDN: LIVDIB. (In Russian)
31. Kolchevskaya VA. Aspects of Tourist Discourse in the Guidebook Genre. In: Cognitive-Discursive Space in Modern Humanities. Collection of Scientific Papers. Krasnodar: Kubanskii gos. un-t; 2017. P. 145-150. EDN: XOVKXJ. (In Russian)

Information about the authors

Erofeeva Irina V., Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor, Transbaikal State University; 30 Aleksandro-Zavodskaya st., Chita, 672039, Russia; irina-jour@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5653-2792>.

Sumskaia Anna S., Doctor of Sciences (Philology), Associate Professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin; 19 Mira ave., Yekaterinburg, 620000, Russia; anna.sumskaia@urfu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8186-2937>

Contribution of authors to the article

Erofeeva I. V. – work on the research concept, formulation of conclusions and generalization of the results of the implementation of the collective project, structuring and analysis of the results obtained, preparation of the text of the article.

Sumskaia A. S. – formulation of the research hypothesis, conducting the empirical part of the research, systematization and analysis of the obtained materials, preparation of the text of the article.

Conflict of Interest. The authors declare no conflict of interest.

**Received: August 30, 2025; approved after reviewing October 30, 2025;
accepted for publication November 1, 2025.**