

Во-первых, контекст газетной речи усиливает стилистические особенности, которыми обладают собственно разговорные слова. Это объясняется тем, что общий фон, который составляют контексты газетной речи, в значительной степени отличается от разговорной речи официальностью, книжностью. На фоне контекстов газетной речи разговорная лексика ярче выделяется своей непринужденностью, под влиянием стилового контраста ее функциональные возможности, которые потенциально существуют всегда, быстрее обнаруживаются и сильнее воздействуют на читателя.

Во-вторых, перенесение разговорных слов в контексты разного жанра публицистики иногда приводит к стилистической трансформации разговорной лексики. Перенесение языковых средств из одной стиловой системы в другую — средство создания комического эффекта, необходимого для юмора и сатиры. Следовательно, разговорные слова могут приобрести стилистические возможности, которых они не имеют, находясь в другой системе. А в сущности происходит стилистическая трансформация разговорной лексики, перенесенной в газету.

В третьих, в результате частого их употребления некоторые разговорные слова

объединяются в особую группу слов, которые приобретают книжную окраску, становясь похожими в какой-то степени на "газетизм". Например, *барыши, верхушка, вожак, главарь, заправила*. Эти слова созданы на основе разговорно-просторечных выражений, но уже достаточно распространены на страницах газет. К тому же, в газетно-публицистической речи они уже не воспринимаются как разговорные: под действием внутрстилевых факторов газетно-публицистической речи их разговорная окраска трансформируется в оценочную, в следствие чего они с еще большей частотностью употребляются в газете и становятся специальным лексическим ресурсом языка газеты.

Очень важно глубже исследовать и анализировать процессы проникновения разговорной лексики в книжную газетную речь, анализировать выполненные разговорной лексикой разные стилистические функции в определенных контекстах разных газетных жанров, чтобы выяснить причины их стилистической трансформации. Такое исследование будет иметь и теоретическое, и практическое значение при обучении русскому языку как иностранному.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильева А. Н. Газетно-публицистический стиль речи. М., 1982. 134 с.
2. Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. М., 1979. 239 с.
3. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. М., 1983. 223 с.
4. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971. 266 с.
5. Розенталь Д. Э. Практическая стилистика русского языка. М., 1997. 416 с.
6. Солганик Г. Я. Лексика газеты. М., 1981. 112 с.

УДК 482
ББК Ш 141.2-314

Т. В. Федотова

T. V. Fedotova

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ КАТЕГОРИЙ ВРЕМЯ И ЧИСЛО В ТОПОНИМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО РЕГИОНА

В научной статье анализируются концепты время и пространство. Для топонимического пространства Забайкальского края они являются одними из наиболее важных концептов культуры.

Ключевые слова: топонимия, культура, антропоцентризм, когнитивная деятельность.

REPRESENTATION OF THE CONCEPTUAL CATEGORIES TIME AND SPACE IN THE TOPONYMIC AREA OF TRANSBAIKALIA

The article deals with the analysis of the concepts "time" and "space". They are considered to be very important cultural concepts for the toponymic area of Transbaikalia.

Keywords: toponymy, culture, anthropocentrism, cognitive activity.

Топонимия любого региона страны — своеобразный ключ к тайнам истории, культуры того или иного этноса, проживающего на опреде-

ленной территории. Антропоцентрический подход к лингвистическим проблемам выявил необходимость появления нового термина для обозначения базовой языковой и логико-психологической категории универсального типа [1, с. 39]. Используя термин концепт, а именно концепт время, мы попытаемся проследить его репрезентацию по топонимическим данным Восточного Забайкалья, так как названный концепт позволяет проследить «результаты постижения времени человеком» [10, с. 79] через отображение в именах собственных.

Присоединением Сибири к Русскому государству заканчивается формирование его территории. В свою очередь, присоединение Забайкалья к Российскому государству явилось логическим продолжением завоевания Сибири, начавшегося в конце XVI в. [7, с. 4]. При распространении этноса на новые территории происходит адаптация к новым ландшафтным условиям, познание географических особенностей заселяемой территории, которое обязательно включает в себя процедуру именованья этого объекта, придания ему некоторой определенности.

Русские землепроходцы, осваивая территорию Восточного Забайкалья, принимали уже существующие топонимы, адаптировали их в соответствии с русскими способами словообразования, а новым, неосвоенным территориям, присваивали свои имена.

Само существование топонимии является универсалией — языковой и культурной, связанной с универсальностью человеческих потребностей. В связи с этим Л.А.Климкова говорит о так называемом инстинкте территориальности, который проявляется у человека как стремление к освоению пространства, закреплению на нем, его ограждению и защите. И одной из знаковых языковых форм проявления этого инстинкта территориальности является наделение соответствующего объекта именем [6, с. 78].

Специфичность топонимической системы Восточного Забайкалья, а именно русской топонимии, является результатом «многослойной» миграции населения из разных областей России, принесшего свои языковые особенности, результатом сосуществования различных народов и образовавшегося двуязычия, результатом физической и психологической адаптации переселенцев к суровым климатическим условиям и оторванности от культурных центров европейской России. Все это нашло свое отражение в сложившейся топонимической системе данного региона.

Осваивая новое пространство, участвуя в процессе номинации этого пространства, человек пытался отразить в топонимах свои впечатления, ассоциации от объектов реальной действительности, закрепить в названиях собственную деятельность по освоению и развитию края, свою духовную жизнь.

Таким образом, основными факторами, включающими сеть взаимоотношений человека с природным и социальным миром, явились историко-культурные факты, повлиявшие на процесс возникновения русской топонимии Забайкальского региона; факты психического опыта человека в результате освоения нового пространства, а также закономерности возникновения и развития зависимости смыслового содержания русской топонимии Восточного Забайкалья от исторических, географических и социально-экономических условий изучаемой территории.

Номинация, или называние, — это процесс, постоянно сопутствующий познанию человеком окружающего мира. Чем полнее и точнее познание, тем расчлененнее понятия и тем детальнее названия [13, с. 236].

Как справедливо отмечает Е.С.Кубрякова, «акт номинации представляет собой речемыслительный акт в протекании которого не может быть выключено промежуточное звено: когнитивное, отражательное, концептуально-логическое или образное, но деятельностное, т.е. свидетельствующее о включенности подлежащего наречению объекта (или совокупности объектов) в деятельность и жизнь человека [8, с. 37].

Когниция и когнитивные способности людей связаны с их классификационной деятельностью, опирающейся на процессы концептуализации и категоризации [2, с. 251]. Живя в языковом обществе, человек обогащает свою концептуальную систему не только благодаря личному опыту, но и благодаря языку, в котором закрепляется общественно-исторический опыт — как общечеловеческий, так и национальный [10, с. 70]. Концепты формируются в ментальных пространствах носителей языка различными способами: с помощью органов чувств, благодаря осмыслению концептуальных признаков и концептуальных категорий. Как справедливо отмечает Л.М.Дмитриева, «у каждого человека, находящегося в позиции воспринимающего, свой собственный фон познаваемого континуума» [4, с. 6].

С позиций психологии, когнитивная деятельность — познавательная деятельность человека, его психическое восприятие действительности, отражающее степень категориальной расчле-

ненности (дифференцированности) сознания индивида, которая способствует избирательной сортировке впечатлений о действительности, опосредующей его деятельность [12, с. 164]. По мнению В.З.Демьянкова, «когнитивные структуры ориентированы на отражение структуры внешнего мира в связи с потребностями социальной деятельности — включая общение мыслей [3, с. 24]. В нашем случае подход к топонимии в аспекте когнитивизма дает возможность представить мыслительную, интеллектуальную, ментальную деятельность человека в процессе освоения совершенно нового для него пространства.

«При одинаковом наборе универсальных концептов у каждого народа существуют особые, только ему присущие соотношения между этими концептами, что и создает основу национального мировидения и оценки мира. Но есть и специальные, этноцентрические концепты, ориентированные на данный этнос» [10, с. 74-75]. К таким концептам мы относим концепты время и число, так как особенности освоения нового пространства имеют свою специфику для данной территории и в то же время повторяют черты освоения пространства и образование новых топонимов на других территориях.

Как считает В. А. Маслова, концепт время — самый интересный, сложный и важный, ибо сквозь его призму воспринимается нами все сущее в мире, все доступное нашему уму и нашему истолкованию [10, с. 77]. Для топонимического пространства время имеет несколько иную специфику. Во-первых, для имядателей время соотносится прежде всего с категорией возраста, что особенно характерно при создании ойконимов (названий населенных пунктов). Это связано прежде всего с тем, что в отличие от других объектов, ойконимы, как правило, имеют небольшой спектр отличительных физико-географических признаков, которые кладутся в основу названия. Во-вторых, стремление указать в топониме признак времени (возраста) отражает менталитет русских, связанный со стремлением к новой жизни, к улучшению жизни и т.п. В-третьих, указание в топониме признака времени связано с историческими периодами в жизни страны в целом.

Сложность описания данного концепта заключается в том, что время не воспринимается нами как явление материального мира, о нем мы можем судить только по определенным признакам. В плане освоения географического пространства наиболее целесообразно, на наш взгляд, рассматривать такую форму восприятия времени, как последовательность. Для топонимии основными ориентирами во времени

являются признаки «новый - старый». Как уже было отмечено, этот ориентир больше характерен для ойконимов, но встречается иногда и среди гидронимов и оронимов (результат временного соответствия топонима - высыхание озера, возникновение искусственного водоема, старая дорога и т.п.). Крестьяне-переселенцы, подсекаясь в уже существующие населенные пункты старожильческого населения или аборигенов, из-за нехватки земель вынуждены были создавать новые поселения, чаще всего вблизи прежней территории. Поэтому в качестве базового оставался топоним, воспринятый переселенцами от старожилков, добавлялся лишь компонент «новый». Стоит согласиться с мнением В.П.Нерознака, что «противопоставление первых компонентов сложного топонима *Старый - Новый* свидетельствует о двух волнах в переселении на новые места [11, с. 179].

Как отмечают психологи, время — направленная величина, вектор, однозначное его определение предполагает не только систему единиц измерений, но и постоянную отправную точку, от которой ведется счет. Естественной отправной точкой во времени является настоящее. Восприятие времени человеком с возникновение новых поселений носило «объективно-условный характер, т.е. выражало объективное течение событий и череду условно-договорных точек отсчета» [9, с. 232], таким образом помогая человеку ориентироваться во времени и пространстве. Стоит отметить, что чаще всего компонент старый с ономазиологической точки зрения был вторичен: вначале возникал новый объект, прежнее название не было маркировано как старое, а с течением времени немаркированный объект автоматически приобретает компонент старый, выравнивая тем самым соотносительный ряд. Значительное преобладание новых топонимов объясняется тем, что компонент старый не всегда занимал свое положение в ряду с новым.

Таким образом, концепт время в топонимии Восточного Забайкалья представлен только атрибутами «старый — новый»:

старый:

Старый Станок, о., Могочинский р-н; **Старая Курулга**, п., Акшинский р-н; **Старый Улутуй**, р., Улетовский р-н; **Старый Хултуй**, р., Ононский р-н; **Старый Дурулгуй**, с., Ононский р-н; **Старые Озера**, ур., Александрово-Заводский р-н; **Старый Тракт**, п., Балейский р-н; **Старый Город**, с., Нерчинский р-н; **Старолончаково**, с., Сретенский р-н; **Старый Онон**, р., Агинский р-н, Ононский р-н; **Старый Олов**, с., Чернышевский р-н; **Старая Кука**, с., Читинский р-н;

новый:

Новоильинск, с., Чернышевский р-н; **Новый Олов**, с., Чернышевский р-н; **Новотроицк**, с., Читинский р-н; **Новая**, Читинский р-н; **Новокручинский**, пос., Читинский р-н; **Новая Кука**, с., Читинский р-н; **Новоборзинское**, с., Борзинский р-н; **Новоникольское**, с., Петровск-Забайкальский р-н; **Новопавловка**, с., Петровск-Забайкальский р-н; **Новоорловск**, пос., Агинский р-н; **Новоберезовское**, с., Шилкинский р-н; **Новая Деревня**, с., Шилкинский р-н; **Новые Ключи**, с., Улетовский р-н; **Новосалия**, с., Улетовский р-н.

Помимо выделения объекта по соотношению его с другими географическими объектами, номинация может происходить в результате соотношения объектов по их порядковому расположению и количеству. Обращение к концепту число было вызвано необходимостью отражения в сознании номинаторов качественно-количественной стороны явлений. Кроме этого, использование числа в именовании объектов характеризует духовный мир человека, связанный с религиозными воззрениями, суевериями, сакральной силой цифр и т.п. Числа — это элементы особого кода, с помощью которого описывается мир. Число знаменует божественный порядок, является магическим ключом к пониманию космической гармонии. В мифологической картине мира с помощью чисел передавалась качественно-количественная сторона явлений. Суеверия, связанные с числами, часто основывались на традиционной символике чисел [10, с. 100].

Объекты, включающие в свое название количественное или порядковое числительное, как правило, одинаковы с точки зрения визуальной идентификации, и указание на их порядок свидетельствует прежде в первую очередь об их отдаленности по отношению к человеку. Порядковые числительные в подобных топонимах в основном образуют соотносительные ряды: первый — второй, первый — второй — третий. Встречаются названия, где первый член ряда в соотносительном ряду не маркирован. Это связано с тем, что парный с первым объект получил свое название позже и в результате первый объект либо вообще остается немаркированным в соотносительном ряду, либо получает свое название позже. Некоторые порядковые числительные и большинство количественных числительных (3, 7, 9) нередко выполняют двойную функцию: указывают на количество (чаще в оронимах) и отражают символическую фольклорную, культурную, сакральную значимость для номинатора того или иного объекта:

первый:

Первая Речка, р., Красночикийский р-н; **Гряз-**

ный 1-й, руч., Улетовский р-н; **Анин 1-й**, руч., Улетовский р-н; **Первая Долгашка**, р., Тунгокоченский р-н; **Медведка 1-я**, ур., Могочинский р-н; **Первая Ерничная**, п., Могочинский р-н; **Первый Буерак**, п., Нерчинский р-н;

второй:

Второй Ключ, р., Могочинский р-н; **Вторая Алгача**, р., Могочинский р-н; **Второй Луг**, ур., Могочинский р-н; **Вторая Речка**, р., Красночикийский р-н; **Второй Симоновский**, руч., Красночикийский р-н; **Грязнуха 2-я**, р., Приаргунский р-н; **2-й Борон**, п., Балеийский р-н; **Увальная 2-я**, п., Газимуро-Заводский р-н;

третий:

Третья Речка, р., Красночикийский р-н; **Поперечный Ключ 3-й**, кл., Улетовский р-н; **Третий утес**, Могочинский р-н; **Третий Луг**, бар., Могочинский р-н; **3-й Борон**, п., Балеийский р-н; **Третья**, п., Нерчинско-Заводский р-н;

четвертый:

Четвертый Луг, ур., Могочинский р-н; **Шивия 4-я**, р., Чернышевский р-н;

девятым (в отличие от предыдущих числительных, указывающих на расположение объектов по отношению к человеку, порядковое расположение, данное число отражает религиозно-мифологические представления первопоселенцев. В данном случае речь идет о религиозном празднике (Девятая Пятница — праздник, отмечаемый на девятую пятницу после Пасхи):

Девятая Пятница, г., Шилкинский р-н; **9-я Пятница**, г., Приаргунский р-н; **Пятница 9-я**, г., Александрово-Заводский р-н; **Девятая Пятница**, г., Балеийский р-н.

Количественные числительные в составе топонимов несут информацию как реально существующее количество объектов в пространстве, так и содержать сакральную семантику, репрезентирующую фольклорные, религиозно-мифологические представления народа:

два:

Две Речки, п., Карымский р-н;

три:

Три Брата, г., Балеийский р-н; **Три Жандарма**, пер., Каларский р-н;

семь (Как отмечает Е.Л.Березович, «символика числа 7 поддерживается и мотивируется тем, что именно оно обозначает количество дней недели, число дней праздников, количество цветов спектра» и т.п. [1, с. 56]. Исследователи отмечают, частотность этого числа в топонимии и ономастике вообще объясняется не только культурной символикой «семерки», но и способностью человека к одновременному восприятию множества не более чем из 7 предметов [1, с. 56]:

Семяменый, р., Петровск-Забайкальский р-н; **Семиозерная**, р., Красночикоийский р-н; Семисотка, р., Красночикоийский р-н; **Семигровая**, р., Красночикоийский р-н; **Семигриная**, р., Красночикоийский р-н; **Семиозерье**, с., Красночикоийский р-н; **Семь Гномов**, пер., Каларский р-н; **Семиозерный**, с., Могочинский р-н.

Таким образом, концепты *время* и *пространство* для топонимического пространства Забайкальского края являются одними из наиболее важных, поскольку, являясь важнейшими концептами культуры, репрезентируют культурное пространство, и, следовательно, выступают как достаточно важные составляющие «ментально-лингвального комплекса» [5, с. 41].

ЛИТЕРАТУРА

1. Березович Е. Л. Русская топонимия в этнолингвистическом аспекте. Екатеринбург, 2000. С. 56.
2. Волкова Н. И. Вторичная репрезентация концептуальных категорий концептосферы «Флора» (на материале русских и коми прозвищ Республики Коми) // Ономастическое пространство и национальная культура. Улан-Удэ, 2006. С. 251 – 254.
3. Демьянков В. Д. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. 1994. № 4. С. 17 – 33.
4. Дмитриева Л. М. Современные подходы к изучению региональной топонимической системы (к проблеме ментально-топонимического стереотипа) // Имя. Социум. Культура. Улан-Удэ, 2008. С. 6 – 7.
5. Картавенко В. С. Экспликация концептов по топонимическим данным // Живое слово: Фольклорно-диалектологический альманах. Вып. 1 / под ред. Е.В. Брысиной, В.И. Супруна. Волгоград, 2008. С. 39 – 41.
6. Климкова Л. А. Региональная топонимия в концептуальном аспекте: пространство // Филологические науки. 2006. № 6. С. 77 – 86.
7. Константинов А. В., Константинова Н. Н. История Забайкалья (с древнейших времен до 1917 года). Чита, 2002. 247 с.
8. Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности. М., 2008. 160 с.
9. Маклаков А. Г. Общая психология / А.Г. Маклаков. СПб, 2007. 583 с.
10. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику. М., 2007. 296 с.
11. Нерознак В. П. Перенесенная топонимия Западной Сибири // Восточно-славянская ономастика / под ред. А.В.Суперанской. М., 1979. С. 179 – 183.
12. Психология. Словарь / под ред. А.В.Петровского, М.Г.Ярошевского. М., 1990. 494 с.
13. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М., 2007. 368 с.

УДК 410
ББК Ш 09

Е. О. Филинкова

ОСОБЕННОСТИ ГРАФИЧЕСКОГО ОФОРМЛЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

В научной статье анализируются разнообразные способы графического оформления рекламных текстов. Наблюдается тенденция к созданию необычных, нетривиальных написаний, что имеет безусловную прагматическую направленность в данной сфере.

Ключевые слова: рекламное сообщение, графические особенности.

Е. О. Filinkova

THE PECULIARITIES OF THE ADVERTISING TEXT PRESENTATION

The article deals with the analysis of various graphic presentations of the advertising text. The

author observes the tendency to create unusual non-trivial ways of writing which have an obvious pragmatic focus in this sphere.

Key words: advertising text, graphic peculiarities.

Коммерческая реклама – особый вид коммуникации, являющийся одновременно инструментом экономического и социального процесса, что обуславливает специфические цели рекламных текстов и особые средства их достижения.

Важно иметь в виду, что любое рекламное сообщение включает три основных структурных компонента – вербальный текст, визуальный ряд и звучание. При этом наличие трёх компонентов означает, что каждый из них должен «работать», вносить что-либо от себя, участвовать в формировании смысла и «побудительно-заряда» рекламного сообщения [3, с. 7]. Другими словами, любой компонент рекламы, будь то звук, иллюстрация, текст или