

*На правах рукописи*



Ганова Светлана Валерьевна

**КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ОЙКОНИМОВ  
В СОЗНАНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ**

Специальность 10.02.01 – русский язык

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Кемерово 2013

Работа выполнена на кафедре русского языка федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Алтайская государственная академия образования имени В.М. Шукшина».

**Научный руководитель:** кандидат филологических наук, доцент *Доронина Наталья Ивановна*, доцент кафедры русского языка федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Алтайская государственная академия образования имени В.М. Шукшина».

**Официальные оппоненты:**

*Дмитриева Лидия Михайловна*, доктор филологических наук, профессор, Алтайский государственный университет, заведующий кафедрой общего и исторического языкознания;

*Петрунина Светлана Петровна*, доктор филологических наук, доцент, Кузбасская государственная педагогическая академия, заведующий кафедрой русского языка и литературы.

**Ведущая организация:**

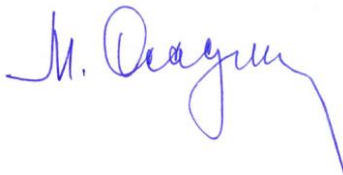
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Хакасский государственный университет имени Н.Ф. Катанова».

Защита состоится 05 июня 2013 года в 10 часов на заседании диссертационного совета Д212.088.01 в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет» по адресу: 650043, Кемерово, ул. Красная, 6.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Кемеровского государственного университета.

Автореферат разослан 29 апреля 2013 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



М. А. Осадчий

Настоящая работа посвящена выявлению особенностей концептуализации и структурной организации ойконимических концептов в сознании региональной языковой личности. Она выполнена на материале русского языка в рамках антропоцентрического направления современной лингвистики (Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, И.С. Карабулатова, Ю.Н. Караулов, Г.Г. Слышкин, И.А. Стернин, В.Н. Телия, Л.О. Чернейко, Е.С. Яковлева и др.).

**Теоретическая основа исследования** сформирована с опорой на работы по когнитивной лингвистике, посвященные проблемам концептуализации различных фрагментов действительности (Н.Д. Арутюнова, С.Г. Воркачев, А.А. Залевская, В.И. Карасик, С.Х. Ляпин, В.П. Нерознак, В.А. Маслова, Р.И. Павленис, В.А. Пищальникова, З.Д. Попова, Ю.С. Степанов, И.А. Стернин и др.), на антропоцентрические исследования топонимии (М.Н. Аникина, О.С. Ахманова, Е.Л. Березович, Е.М. Верещагин, М.В. Голомидова, М.В. Горбаневский, Л.М. Дмитриева, Н.Г. Комлев, В.Г. Костомаров, В.П. Нерознак, В.В. Ощепкова, М.Э. Рут, Т.Д. Томахин и др.).

Одним из достижений лингвокогнитивного направления явилось создание концептуальной теории. Расхождение в определении сущности понятия «концепт» исходит из его идеальности и свидетельствует о его многомерности.

Географические названия как исследовательский материал обладают огромным потенциалом для развития антропоцентрического, когнитивного изучения топонимии.

Разработка модели ойконимического концепта является одним из путей, позволяющим расширить и конкретизировать представления о структурировании фрагмента действительности, связанном с тем или иным ойконимом, в сознании региональной языковой личности.

Следовательно, **актуальность** настоящего исследования определяется необходимостью обоснования возможности и выявления особенностей концептуализации ойконимов – в том числе региональных, – создания структурно-содержательной модели ойконимического концепта, что позволит сформировать целостное представление об особенностях структурной организации ойконимической картины мира, о процессе концептуализации ойконимов.

**Объектом** исследования является фрагмент русской концептуальной картины мира, связанный с ойконимами, представленный в сознании региональной языковой личности бийчанина. **Предметом** исследования – структура, содержание и функционирование ойконимического концепта.

**Цель** нашего исследования состоит в теоретическом обосновании выделения ойконимического концепта с последующим практическим его

исследованием: описанием структурно-содержательной модели и выявлением особенностей функционирования.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- 1) выявить недостаточно изученные области в когнитивном направлении исследований топонимии через анализ проблематики работ, рассматривающих топонимы с антропоцентрической позиции;
- 2) теоретически обосновать выделение ойконимического концепта, выявить его содержательные, структурные и функциональные особенности, уточнив понимание термина «концепт», рассмотрев существующие модели структуры концепта и его типологию;
- 3) описать методику изучения ойконимического концепта;
- 4) собрать материал для изучения ойконимических концептов, подвергнуть его когнитивной интерпретации и описать структурно-содержательную модель ойконимического концепта;
- 5) выявить потенциал и способы концептуализации различных групп ойконимов;
- 6) создать классификацию ойконимических концептов;
- 7) рассмотреть реализацию ойконимического концепта в текстах (публикациях СМИ);
- 8) выявить особенности реализации ядерного компонента регионального ойконимического концепта «Бийск» в текстах СМИ;
- 9) выявить наличие / отсутствие влияния СМИ на формирование ойконимических концептов.

Исходя из поставленных задач и особенностей материала, в качестве основного был выбран **метод** моделирования концепта. На этапе сбора материала исследования применялись методы сплошной выборки, свободного ассоциативного эксперимента, контент-анализа. При описании и интерпретации результатов использовались методы наблюдения, моделирования тематических групп и семантических полей, когнитивной интерпретации, анализа языковых средств выражения оценки, статистические методы обработки данных.

**Материалом** для исследования послужили:

- 1) русские фразеологические единицы, содержащие ойконимы и / или отойконимические образования, которые были собраны методом сплошной выборки из фразеологических словарей и сборников пословиц (Н.С. Ашукина, В.И. Даля, А. Кирсановой, В.П. Фелицыной, Л.А. Войновой);
- 2) данные свободного ассоциативного эксперимента, проведенного в 2007-2008 гг., в котором участвовали 103 респондента – жители Бийска и Бийского района в возрасте 15-55 лет;
- 3) корпус оценочных контекстов, выбранных из общественно-политической газеты «Бийский рабочий», датированных 2007-2012 гг.

**Гипотеза** исследования строится на предположении о том, что ойконимы концептуализируются и составляют особый тип концептов, при этом совокупность ойконимических концептов существует в сознании языковой личности не разрозненно, а структурируется определенным образом и образует ойконимическую картину мира. Выявление структурной организации ойконимических концептов позволяет описать параметры, по которым происходит концептуализация населенных пунктов, создать классификацию ойконимических концептов.

**Научная новизна** работы состоит в том, что в ней впервые дается обоснование выделения ойконимического концепта, проводится дифференциация видов ойконимических концептов, выявляется их специфика. Кроме того, в диссертацию вводится региональный материал.

**Теоретическая значимость** работы заключается в уточнении категориального аппарата когнитивной лингвистики применительно к ойконимическому концепту и апробировании алгоритма лингвокогнитивного исследования ойконимии в аспекте её функционирования в сознании и речи носителей языка. Проведенное исследование вносит вклад в теорию антропоцентрического изучения ойконимии, когнитивной лингвистики, расширяет научные представления о специфике концептуализации, ментальном и речевом функционировании ойконимов.

**Практическая значимость** заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы при разработке спецкурсов и вузовских курсов по лингвистике, лингвокультурологии, когнитивной лингвистике. Материалы диссертации могут применяться в работе печатных СМИ, служб по связям с общественностью, поскольку выявленные концептуальные признаки намечают путь целенаправленного формирования позитивного образа населенного пункта, что актуально в настоящее время в связи с активной деятельностью по созданию и продвижению брендов городов.

#### **Основные положения, выносимые на защиту.**

1. Ойконимический концепт – лингвоментальная единица, которая вербализуется в языке ойконимом (именем собственным, называющим населенный пункт), а также отойконимическим образованием (именем прилагательным, наречием, образованными от ойконимов; наименованием жителей населенных пунктов) и представляет собой концептуализированный фрагмент действительности, связанный с тем или иным населенным пунктом.

2. Ойконимический концепт является макроконцептом: объемным ментальным образованием, интегрирующим большое количество концептуальных признаков, вбирающим в себя семантические поля с ключевыми словами, называющими сам населенный пункт, его признаки, жителей.

3. Ойконимические концепты не составляют единого класса концептов. В зависимости от места жительства носителя языковой культуры, степени осведомленности о культурно-историческом, общественно-политическом значении того или иного населенного пункта выделяются универсальные (интернациональные и национальные), региональные и локальные ойконимические концепты.

4. Ойконимические концепты в сознании носителей лингвокультуры существуют не изолированно, а образуют ойконимическую картину мира, которая определенным образом структурирована. Центральное положение в ней занимают локальные, ближнюю периферию – близкие к месту жительства языковой личности региональные ойконимические концепты, дальнюю периферию – национальные, крайнюю периферию – удаленные от места жительства языковой личности региональные, а также интернациональные ойконимические концепты.

5. Структура ойконимической картины мира определяется соотношением конкретных ойконимических концептов с категорией «свой – чужой». Те ойконимы, которые носитель лингвокультуры отождествляет со «своим», занимают центральное положение в ойконимической картине мира, а чем более «чужим» воспринимается населенный пункт, тем дальше от центра будет соответствующий ойконимический концепт.

**Апробация результатов исследования.** По теме диссертации опубликовано 10 научных работ общим объемом 3 п. л. Основные положения работы излагались на научно-практической конференции аспирантов, студентов и учащихся «Наука и образование: проблемы и перспективы» (Бийск, 16 – 17 апреля 2004 г.), 8-й региональной научно-практической конференции аспирантов, студентов и учащихся «Наука и образование: проблемы и перспективы» (Бийск, 28 – 29 апреля 2006 г.), III Международной научно-практической конференции «Языковая картина мира: лингвистический и культурологический аспекты» (Бийск, 30 ноября – 1 декабря 2006 г.), Международной научно-практической конференции «Язык города» (Бийск, 8 – 9 ноября 2007 г.), IV Международной научно-практической конференции «Языковая картина мира: лингвистический и культурологический аспекты» (Бийск, 16 – 17 октября 2008 г.), Международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы языкового образования в XXI веке» (Новокузнецк, 8 апреля 2011 г.), II Международной научно-практической конференции «Речевая коммуникация в современной России» (Омск, 27 – 30 июня 2011 г.).

**Структура диссертации.** Работа состоит из Введения, двух глав, Заключение, Библиографического списка (191 наименование) и четырех приложений. Общий объем диссертации – 311 страниц (основной текст – 214 страниц).

### **Основное содержание работы**

Во **Введении** определяется актуальность исследования, обосновывается выбор объекта и предмета, формулируются цели и задачи, описываются материал и методы исследования, раскрываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость полученных результатов.

**Глава 1** «Проблема выделения, моделирования и типологизации концепта», включающая три параграфа, содержит общую теоретическую концепцию и методическое обоснование исследования.

**Параграф 1.1** «Когнитивное изучение топонимии» посвящен анализу исследований, связанных с изучением топонима в русле антропоцентрического направления, с позиции когнитивной лингвистики.

Топоним в рамках указанного направления рассматривается как символ, знаковое имя, за которым стоит определенного рода информация. Кроме того, топонимы, изначально призванные выполнять адресную, ориентирующую функцию, активно участвуют в концептуализации окружающего пространства. Все эти свойства топонимов позволяют рассматривать их как имена, за которыми стоит определенный когнитивный смысл, следовательно, топонимы можно изучать, применяя методы когнитивной лингвистики.

Можно выделить несколько основных точек зрения на топоним.

1. *Топоним как носитель фоновых знаний* (лингвострановедческий подход – Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, В.В. Ощепкова, М.Н. Аникина, Н.Г. Комлев, О.С. Ахманова, Т.Д. Томахин и др.). Внимание исследователей сосредотачивается на выявлении фоновых знаний, которые рассматриваются как компонент семантики слова, связывающий лексические единицы с внеязыковой действительностью. В рамках этого подхода анализу подвергаются только такие имена собственные, которые обладают особой значимостью для национальной культуры.

2. *Топоним как этнический и социальный знак* (В.П. Нерознак). При изучении топонимов с этой позиции необходимо учитывать историческую географию, историческую лексикологию, историческую диалектологию, археологию, генеалогию. Значимой является преимущественно энциклопедическая (экстралингвистическая) информация, стоящая за именем, а собственно языковой аспект таких исследований состоит в этимологизации и этноязыковой интерпретации имени.

3. *Топоним как свернутый текст* (М.В. Горбаневский). Топоним как носитель информации об этносе, истории, географии, культуре связывает участников коммуникации и сам включается в некоторую культурную общность, становится частью национального сознания.

4. *Топоним как носитель информации о пространстве и других концептах традиционной русской культуры* (Е.Л. Березович). Исследователь

разрабатывает систему базовых параметров описания пространства, а также намечает путь реконструкции других концептов традиционной духовной культуры на топонимическом материале.

5. *Топоним как концепт* (М.Э. Рут). Выявляются закономерности концептуальной организации ономастикона, а это позволяет создать интерпретационную модель духовной культуры народа.

6. *Топоним как комплекс собственно лингвистической, ментальной и прагматической информации* (М.В. Голомидова, Л.М. Дмитриева).

М.В. Голомидова топонимы и антропонимы анализирует в собственно лингвистическом (развитие ономастической номинации), ментальном (фреймовая семантика компонента значения имени), прагматическом (ономастическая номинация как особая модель речевого поведения) аспектах.

Л.М. Дмитриева, опираясь на структурный и когнитивный подходы, рассматривает пространственную реальность как топонимическую картину мира, которая имеет территориальный характер, региональные особенности.

**В параграфе 1.2** «Особенности концептуализации ойконимов» рассматриваются различные подходы к определению понятия «концепт» и его структурированию, описываются существующие типы концептов, обосновывается выделение ойконимического концепта.

Проанализировав более 50 определений концепта с точки зрения его статуса («природы»), содержания, функции, способов реализации (прежде всего представления в языке), мы выделили несколько подходов к определению этого понятия: логико-семантический (С.А. Аскольдов, Д.С. Лихачев и др.), когнитивный (Е.С. Кубрякова, Р.И. Павленис и др.), психолингвистический (А.А. Залевская и др.), культурологический (С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Ю.С. Степанов и др.), интегративный (С.Х. Ляпин). Но, несмотря на различия в определении концепта, выявляются некоторые общие отличительные его признаки, инвариантные для всех подходов: нематериальная природа, представленность в психике (сознании, памяти) особыми репрезентациями (образами, картинками, схемами), сложная, многомерная, динамичная структура, переживаемость (Ю.С. Степанов), познавательная функция.

Под концептом в данной работе понимается идеальная (ментальная) сущность, которая формируется в сознании человека и представляет собой квант структурированного знания о мире (реальном или возможном) и подразумевает определенную содержательную субъективность, относительность.

При моделировании концепта в нашей работе использовалась полевая (прототипическая) модель З.Д. Поповой и И.А. Стернина, включающая содержательные признаки (образ, информационное содержание и интерпретационную зону), которые, в зависимости от их яркости,



распределяются по полювому принципу – ядро, ближняя, дальняя и крайняя периферия.

Существующие классификации концептов направлены на то, чтобы учесть все возможные стороны концепта: от особенностей познаваемой действительности до отличительных черт языковой личности. Сложность отнесения концепта к какому-либо типу обусловлена иногда тем, что его можно одновременно отнести к различным типам. Такие концепты представляют собой целый концептуальный комплекс – суперконцепты, макроконцепты (В. И. Убийко), – интегрирующий в себе другие концепты.

**Параграф 1.3** «Методика исследования концептов» посвящен последовательному рассмотрению методики изучения концептов, выбору методов изучения и описания модели ойконимического концепта.

Содержанием **Главы 2** «Структурно-содержательная модель ойконимических концептов» является обоснование избранных принципов и методов исследования ойконимических концептов с опорой на языковое сознание носителя русского языка и описание структуры ойконимического концепта.

**Параграф 2.1** «Ойконимический концепт как тип» содержит теоретическое обоснование выделения ойконимического концепта. Мы выделяем ойконимический концепт как тип, учитывая его содержательные, структурные и функциональные особенности. Выделение ойконимического концепта основано на специфике ойконима как языковой единицы, на важности пространства в жизнедеятельности любого человека и особенностях его категоризации в сознании языковой личности.

Ойконимы при достаточно бедном содержании денотата, имеют обширный сигнификативный компонент, который отражает опыт когнитивного и социокультурного осмысления денотата.

Следовательно, концептуализация ойконимов может происходить в том случае, если языковая личность обладает некоторой информацией об обозначаемом населенном пункте, если он значим для нее. Чем больше объем информации, чем она разнообразнее, тем выше вероятность превращения ойконима в концепт, в том числе и культурный. Концептами становятся лишь те ойконимы, которые имеют культурную, историческую, личную и другую значимость.

Концепты, вербализующиеся ойконимами и отойконимическими образованиями, мы называем ойконимическими.

**Параграф 2.2** «Структурно-содержательная модель ойконимических концептов (на материале русских фразеологических единиц)» посвящен выявлению структуры и специфических черт ойконимических концептов, представленных во фразеологических единицах русского языка.

Методом сплошной выборки из фразеологических и пословичных словарей было отобрано 665 фразеологических единиц, в состав которых включены ойконимы и / или отойконимические образования.

В результате анализа мы пришли к выводам, что в семантике фразеологических единиц, содержащих ойконимы и их дериваты, лежат семантические признаки, которые образуют следующие блоки:

1) ойконим как наименование географического объекта (соотнесенность с денотатом, местоположение, ландшафт);

2) ойконим как наименование места жизнедеятельности (утилитарность, прагматический аспект);

3) ойконим как носитель культурно-исторической информации;

4) ойконим как языковое явление (этимология);

5) ойконим как антропоморфный образ;

6) ойконим как «свое» или «чужое» пространство.

Мы можем говорить о концептуализации ойконимов, поскольку исследование выявило все базовые структурные компоненты ойконимических концептов: образ, информационное содержание и интерпретационное поле.

Анализ содержания и структуры ойконимических концептов подтвердил предположение о том, что их можно классифицировать на основании известности, значимости населенных пунктов.

Представление об *универсальных (интернациональных и национальных) ойконимических концептах* в сознании носителей лингвокультуры очень обобщенное. Ядро таких концептов составляет характеристика пространства. Причем это пространство «чужое», неосвоенное. Универсальные ойконимы расположены далеко от говорящего, местоположение которого занимает центральное положение в ойконимической картине мира. Иногда универсальные ойконимы употребляются для обозначения предельного пространства, то есть находящегося очень далеко, на границе мыслимого пространства. При обозначении движения населенный пункт служит лишь ориентиром, или маркером, отмечающим путь передвижения.

Утилитарный и культурно-исторический аспекты смещаются на периферию (ближнюю или дальнюю) структуры универсального ойконимического концепта.

Обязательными элементами структуры универсального ойконимического концепта также являются антропоморфная характеристика и связь с концептом «свой – чужой».

В структуре *региональных (удаленных и близких) ойконимических концептов* центральное место занимает утилитарный аспект, характеристика жителей. Специфической особенностью региональных ойконимических концептов является высокая концентрация признаков в одной зоне

(периферия имеет мало признаков), с чем связано отсутствие зон ближней либо дальней, либо крайней периферии. Также наблюдается большой разрыв в яркости признаков между ядром и периферией. Все это свидетельствует о том, что близлежащие населенные пункты воспринимаются стереотипно, при их познании и концептуализации используется не большой набор разнообразных характеристик, а лишь минимальный, необходимый для безопасного сосуществования с ними.

Будучи отражением объектов окружающей действительности, ойконимические концепты в сознании человека не могут существовать обособленно от других подобных себе единиц. То есть как ойконимы в реальном пространстве образуют некоторую систему, так и концепты в ойконимической картине мира взаимодействуют между собой. Эти связи можно проследить через сочетаемость ойконимов в пределах одной фразеологической единицы.

Конкретное содержательное наполнение и структурирование ойконимических концептов зависит от места проживания носителей лингвокультуры, в сознании которых изучаемый концепт сформировался. Этим обосновывается обращение к понятию региональная языковая личность, которое употребляется по аналогии с понятием «русская языковая личность» Ю. Н. Караулова (Караулов, 2004) и рассматривается как аспект языковой личности в ее региональной самоидентификации.

Ойконимы имеют разный потенциал концептуализации, он зависит от известности и значимости для языковой личности, масштаба среды употребления ойконима, степенью освоенности территории, наличием личного опыта, связанного с тем или иным населенным пунктом.

**В Параграфе 2.3** «Структурно-содержательная модель ойконимических концептов в сознании русской региональной языковой личности (на материале свободного ассоциативного эксперимента)» рассмотрены особенности структуры ойконимических концептов в зависимости от их типа в сознании региональной языковой личности бийчанина. В диссертационной работе ассоциативный эксперимент применялся в исследовательских целях для определения содержания ойконимических концептов.

Универсальные интернациональные ойконимические концепты в зависимости от наличия или отсутствия информации о населенном пункте имеют различную значимость и положение в концептосфере региональной языковой личности бийчанина. Так, *Мадрид* является пустым концептом для большинства опрошенных, поскольку они ассоциируют его с названием не города, а футбольного клуба. Концепты *Париж* и *Рим* практически в равной мере стандартизированы и стереотипизированы, но имеют различную направленность осмысления. Если *Париж* выступает в роли современного, актуального концепта, то *Рим* – исторического, важного в культурном плане.

С этим связана и оценка значимости: *Париж* информанты пытаются приблизить, выражают желательность по отношению к его посещению (но все же он остается «чужим» пространством: *красиво там, родина французов*), а *Рим* воспринимают отстраненно, поскольку он существует как бы в другом пространстве-времени (*древность-вечность, Римская империя*).

К содержательным особенностям интернациональных ойконимических концептов можно отнести наличие большого числа образных реакций (конкретных и абстрактных), иногда трудно интерпретируемых. Зачастую данные концепты рассматриваются не только как пространственные объекты или населенные пункты, но и как выразители определенных идей (*Париж – романтика, мечта, красота; Рим – политическая, историческая, религиозная, культурная исключительность*). Утилитарная зона, хотя и присутствует в структуре универсальных интернациональных ойконимических концептов, но не выражает прагматического значения, связанного с реальным или возможным использованием концептуализируемого объекта в практических целях, а отражает функциональность населенного пункта (например, *курорт*) или (чаще) указывает на ту сферу деятельности, в которой представители конкретной страны или города приобрели мировую известность (например, *мода, спорт*).

Сходство в концептуализации интернациональных ойконимических концептов проявляется в том, что ярким признаком являются характеристики ойконима как наименования географического объекта, причем среди них преобладают стереотипизированные характеристики внутреннего пространства. Менее значимыми, но все же достаточно яркими признаками, являются характеристики ойконима как наименования места жизнедеятельности и носителя культурно-исторической информации. В таком восприятии интернациональных ойконимических концептов наблюдается определенное сходство с концептуализацией национальных ойконимических концептов. Оно проявляется в отстраненном, клишированном взгляде на объект, как на «чужое» пространство. Причем зарубежные ойконимы более «чужие», поскольку в реакциях на них чаще подчеркивается отсутствие опыта взаимодействия с объектом концептуализации, зарубежное пространство оказывается менее достижимым (даже несмотря на желание), проницаемым.

Структура универсальных национальных ойконимических концептов отличается от структуры тех же концептов, описанной на материале анализа фразеологических единиц. В частности, ярким концептуальным признаком становится прямо выраженная оценка, подчеркивание значимых для русской региональной языковой личности аспектов концептуализируемой действительности.

Ядро (или зону ближней периферии) универсальных национальных ойконимических концептов образуют пространственные характеристики. Менее значимыми, но все же достаточно яркими признаками, являются характеристики ойконима как наименования места жизнедеятельности и носителя культурно-исторической информации.

Содержание данных концептов отличается стереотипностью, клишированностью: достаточно многочисленны реакции типа *Москва – столица нашей родины; Санкт-Петербург – окно в Европу, культурная столица, северная столица; Киев – сало, хохлы*. Большое количество ассоциаций, вызванных словом-стимулом, связано с конкретными объектами внутригородского пространства, но эти объекты также клишированы, символичны, подчеркивают тот аспект, который является наиболее актуальным для региональной языковой личности бийчанина. Например, *Москва*, как символ государственности, ассоциируется с Кремлем и Красной площадью; культурная столица *Санкт-Петербург* – с памятниками архитектуры, культурными объектами; *Киев* как исторический оплот православия – с храмами и Киево-Печерской лаврой.

Удаленность рассматриваемых ойконимов от говорящего, связь с концептом «свой – чужой» в реакциях не эксплицируются, однако есть косвенные признаки того, что Москва воспринимается более близкой, чем Санкт-Петербург и Киев. На это указывает употребление местоимения *наш* в реакциях *столица наша, нашей Родины*. В реакциях на стимулы Санкт-Петербург и Киев употребляется лексема *там*: *я там жила, хотелось бы там побывать*. Однако Киев является еще более удаленным и чужим пространством, поскольку именно в реакциях на этот стимул явно актуализируется концепт «свой – чужой». Чаще он воспринимается как чужое пространство (*другое государство, находится на Украине, враги, нерусь*), но для некоторых информантов это «свой» город (*родина, мать городов русских*).

На различное положение концептов в концептосфере региональной языковой личности бийчанина указывает и смещение оценочного компонента. Он является ядерным для концепта *Москва*, в структуре концепта *Санкт-Петербург* смещается в зону ближней периферии, а в структуре концепта *Киев* – в зону дальней периферии.

Кроме того, можно отметить разницу долей реакций, отражающих актуальную, современную ситуацию и обращенных в прошлое. Если *Москва* большинством респондентов рассматривается с современной позиции (1,9 % «исторических» реакций), то *Санкт-Петербург* и *Киев* – с исторической (15,6 % и 13,9 % реакций соответственно).

Таким образом, как и анализ фразеологических единиц, данные эксперимента выявили специфику содержания и структуры концептов

*Москва, Санкт-Петербург, Киев*, а также позволили говорить о большей близости концепта *Санкт-Петербург* к концепту *Киев*, чем к концепту *Москва*.

Удаленные региональные ойконимические концепты не имеют сколько-нибудь определённой инвариантной структуры. Однако можно отметить наличие большого количества нулевых реакций (сопоставимого или даже превосходящего количество реакций в ядерной зоне), достаточно большого количества (до 4,8 %) неинтерпретируемых, «пустых», случайных ассоциаций, а также реакций на внешнюю форму слова, обращений к этимологии (*Новгород – новый город*). Также в качестве особенности можно указать на размытость периферийной зоны, что свидетельствует о неопределённости концепта, повышенной динамичности концептуальных признаков.

Скудная информация о данных населенных пунктах у бийчан, отсутствие личного опыта взаимодействия с этими населенными пунктами затрудняют формирование концептов.

Сопоставив содержание концепта, выявленного во фразеологических единицах и в экспериментальных данных, можно заметить, что *Новгород* в обоих источниках характеризуется как исторический город. *Архангельск* представляется еще менее важным и менее сформировавшимся в сознании региональной языковой личности бийчанина, чем *Новгород*.

Реакции на ойконимы, *близкие* (к месту жительства региональной языковой личности бийчанина) *региональные ойконимические концепты и локальный ойконимический концепт* отличаются разнообразием, нулевые реакции сведены к минимуму. Полученные ассоциаты выявляют субъективное отношение информантов к данным населенным пунктам. В данной группе ойконимов почти отсутствует стереотипная, клишированная, общеизвестная информация, зато достаточно широко и разнообразно представлены оценочные, пространственные, утилитарно-функциональные реакции.

Большое количество ассоциаций, вызываемых словом-стимулом, связано с конкретными объектами внутригородского пространства, причем эти объекты разнообразны как по функции (торговые, учебные, культурные, развлекательные, культовые и т. д.), так и по номинации (указано большое количество разных объектов). Еще одной особенностью содержания рассматриваемых концептов является то, что в них отражается преимущественно современная, актуальная информация, связанная, в том числе, и с утилитарной значимостью населенного пункта.

Различная удаленность от места жительства региональной языковой личности бийчанина реальных населенных пунктов отразилась на их концептуализации. Это ранжирование выглядит так: *Бийск – Барнаул –*

*Новосибирск – Томск*, что отражает реальное географическое положение населенных пунктов. При концептуализации удаленность населенного пункта выражается в ослаблении оценочного компонента, реакции становятся менее разнообразными, увеличивается количество нулевых реакций, усиливается связь с концептом «чужие».

Инвариантную структуру регионального ойконимического концепта, расположенного недалеко от места проживания региональной языковой личности, можно представить следующим образом:

- ядро (ближняя периферия) – образная и оценочная информация, характеризующая пространство и выявляющая оценку;
- дальняя периферия – утилитарная информация, информация о жителях населенного пункта, связанная с семантическим блоком «ойконим как наименование места жизнедеятельности», а также информация о личном опыте взаимодействия с денотатом концепта;
- зона крайней периферии неустойчива и достаточно размыта, но можно отметить регулярные признаки, входящие в нее: энциклопедическая информация, соотносящаяся с семантическим блоком «ойконим как носитель культурно-исторической информации», а также индивидуальные конкретные и абстрактные образы, связанные с ойконимом.

В целом такие ойконимические концепты воспринимаются русской региональной языковой личностью как знакомое, обжитое пространство.

Итак, ойконимические концепты неоднородны. По степени известности-значимости можно выделить универсальные (интернациональные и национальные) и региональные (удаленные или близкие к месту жительства региональной языковой личности). На основе специфики содержания выявляются познавательные (ядро составляет энциклопедическая информация, связанная с пространством, историей, культурой) и эмоциональные ойконимические концепты (ядро объединяет эмоционально-оценочные реакции, важное значение имеет личный опыт взаимодействия с населенными пунктами), а также концепты-идеологемы (ядерные признаки стереотипизированы, часто выражают идею: *Париж – город влюбленных, Рим – Вечный город, Томск – город студентов*).

**Глава 3** «Концепт «Бийск» в газетных публикациях». Обращение к газетным публикациям позволяет, во-первых, выявить, как данный концепт реализуется в текстах, какие признаки концепта при этом оказываются наиболее важными, что, в свою очередь, дает возможность дополнить или скорректировать модель концепта. Во-вторых – определить, как город позиционируется в СМИ, то есть какой образ в сознании горожан пытаются целенаправленно сформировать и совпадает ли он с имеющимся представлением.

**Параграф 3.1** «Категории оценочности и эмоциональности. Методика изучения формирования и реализации концепта в тексте» посвящен выявлению способов реализации категорий «оценочность» и «эмоциональность» в газетных текстах. А также описанию использованного на данном этапе исследования метода контент-анализа.

**Параграф 3.2** «Оценочный образ города Бийска в СМИ». В результате анализа газетных контекстов, включающих эмоционально-оценочные характеристики, были выявлены следующие темы, в которых реализуются категории оценочности и эмоциональности: коммунальная сфера, образование, культура, уникальность, власть, спорт, туристическая привлекательность, профессионализм жителей, промышленность и наука, экономика, наркологическая обстановка, активность жителей, экология, статус города, занятость населения, культура жителей, здравоохранение, транспорт, актуальные проблемы, соцзащита, торговля, санитарное состояние, направленность объектов, замкнутость.

Обобщенно образ Бийска, реализующийся в газете можно представить так. Бийск – город с богатой историей, замкнутый, с престижным статусом наукограда и с проблемами, связанными с кризисом власти, коммунальной сферой, санитарной и наркологической обстановкой, недостаточным финансировании спорта, культуры, с низкими заработными платами жителей и высокими ценами. В городе достаточно хорошо развит любительский спорт, много талантливых людей, отмеченных на соревнованиях и конкурсах международного уровня. Перспектива развития города видится в туристической сфере, в инновационных технологиях. Однако в действительности исторический центр разрушается, а вместо культурных объектов строятся торговые. Жители, с одной стороны, талантливы и профессиональны, с другой – отличаются низкой культурой поведения, кроме того, ощущается нехватка квалифицированных кадров.

Город оценивается с двух позиций: официальной и неофициальной. В первом случае оценка как бы «овнешняется», город сравнивается с другими на каких-то более или менее объективных основаниях. Во втором – преобладает субъективный показатель значимости и комфортности жизнедеятельности для обычных жителей. Характер оценки и в том и в другом случаях разнообразен: от отрицательной до положительной.

Перспектива создания положительного образа осложняется тем, что решающую роль в этом процессе играет основная деятельность объекта (в нашем случае города), а не специально организованная деятельность, формирующая положительный образ.

Если основной деятельностью города является обеспечение комплексного социально-экономического развития города, к неосновной можно отнести деятельность, связанную с культурным, спортивным развитием, статусом



исторического города. Очевидно, что, если ухудшаются условия жизнедеятельности, но при этом растет количество спортивных наград и пр., динамика внутреннего имиджа будет иметь негативную направленность.

В то же время мы не наблюдаем на страницах газеты последовательного целенаправленного формирования позитивного образа города. Если официальная информация, как правило, позитивна, направлена на создание положительного образа, то другие материалы негативного и проблемного содержания разрушают его. Таким образом, мы можем говорить о слабом влиянии СМИ на формирование концепта в целом и его эмоционально-оценочную зону в частности.

**В Заключении** подведены итоги исследования и определены перспективы дальнейшей работы.

Более детальная разработка модели ойконимического концепта открывает дальнейшие пути лингвокультурного изучения ойконимии. Кроме того, проведенное исследование намечает пути практикоориентированного изучения ойконимии в лингвокогнитивном аспекте.

**В Приложения** включены корпус исследовательского материала: фразеологические единицы (Приложение 1), образец анкеты, использованной при проведении эксперимента (Приложение 2), данные ассоциативного эксперимента (Приложение 3), газетные оценочные контексты (Приложение 4).

**Результаты исследования отражены в 10 публикациях общим объёмом 3 п. л.**

*В ведущих рецензируемых научных журналах, включенных в Перечень ВАК Минобрнауки РФ:*

1. Ганова, С.В. Концептуализация ойконимов [Текст] / С.В. Ганова // Мир науки, культуры, образования: научный журнал. – Горно-Алтайск, 2012. – № 1. – С. 362–364. – ISSN 1991-5497.

2. Ганова, С.В. Концепт «свой – чужой» как структурообразующий компонент ойконимического концепта [Текст] / С.В. Ганова // Мир науки, культуры, образования: научный журнал. – Горно-Алтайск, 2013. – № 2. – С. 259–262. – ISSN 1991-5497.

*В материалах всероссийских и международных научных конференций, сборниках научных трудов:*

3. Ганова, С.В. Семантико-ассоциативная структура концепта «Бийск» в представлении горожан [Текст] / С.В. Ганова // Наука и образование: проблемы и перспективы: Материалы научно-практической конференции аспирантов, студентов и учащихся (16 – 17 апреля 2004 г.). В 2-х частях. – Бийск: НИЦ БПГУ им. В.М. Шукшина, 2004. – Часть 2. – 419 с. – С. 23-26.

4. Ганова, С.В. Концепты «бийчанин», «бийчанка» в представлении горожан [Текст] / С.В. Ганова // Картина мира: язык, литература, культура: Сборник научных статей / Отв. ред. М.Г. Шкуропацкая. – Бийск: РИО БПГУ им. В.М. Шукшина, 2005. – 248 с. – С. 49-52.

5. Ганова, С.В. Пространственная характеристика концепта «Бийск» в произведениях В.М. Шукшина [Текст] / С.В. Ганова // Наука и образование: проблемы и перспективы: Материалы 8-й региональной научно-практической конференции аспирантов, студентов и учащихся (Бийск, 28 – 29 апреля 2006 г.). В 2-х частях. – Бийск: БПГУ им. В.М. Шукшина, 2006. – Часть 1. – 387 с. – С. 332-334.

6. Ганова, С.В. Концепт «Бийск» в сознании региональной языковой личности (на материале стихотворений бийских авторов) [Текст] / С.В. Ганова // Языковая картина мира: лингвистический и культурологический аспекты: Материалы III Международной научно-практической конференции (30 ноября – 1 декабря 2006 г.) / Бийский пед. гос. ун-т им. В.М. Шукшина. – Бийск: БПГУ им. В.М. Шукшина, 2006. – 443 с. – С. 191-196.

7. Ганова, С.В. Годонимические ансамбли города Бийска в языковом сознании горожан [Текст] / С.В. Ганова // Язык города: Материалы Международной научно-практической конференции (8-9 ноября 2007 г.) / Бийский пед. гос. ун-т им. В.М. Шукшина. – Бийск: БПГУ им. В.М. Шукшина, 2007. – 326 с. – С. 141-146.

8. Ганова, С.В. Ассоциативное исследование концептов, вербализованных топонимами [Текст] / С.В. Ганова // Языковая картина

мира: лингвистический и культурологический аспекты: Материалы IV Международной научно-практической конференции (16-17 октября 2008 г.) / Бийский пед. гос. ун-т им. В.М. Шукшина. – Бийск: БПГУ им. В.М. Шукшина, 2008. – 352 с. – С. 217-222.

9. Ганова, С.В. Способы концептуализации ойконимов [Текст] / С.В. Ганова // Проблемы и перспективы языкового образования в XXI веке: Материалы Международной научно-практической конференции, 8 апреля 2011 г. / Отв. ред. А.В. Колмогорова. – Новокузнецк: Изд-во «Центр оперативной полиграфии OBERION», 2011. – 480 с. – С. 178-182.

10. Ганова, С.В. Пространственный компонент структуры ойконимических концептов [Текст] / С.В. Ганова // Речевая коммуникация в современной России: материалы II Международной научно-практической конференции (Омск, 27-30 июня 2011 г.) / под. ред. О.С. Иссерс. В 2-х т.– Омск: Вариант-Омск, 2011. – Т. 1. – 388 с. – С. 105-109.