

*Л. И. Гришаева, д. филол. н.
Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия
e-mail: grischaewa@rgph.vsu.ru*

*L. I. Grishaeva, Doctor of Sc. (Philology)
Voronezh State University, Voronezh, Russia
e-mail: grischaewa@rgph.vsu.ru*

СРЕДСТВА ВТОРИЧНОЙ НОМИНАЦИИ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ НОМИНАТИВНОЙ КРЕАТИВНОСТИ КОММУНИКАНТОВ

В докладе предлагается обсудить актуальные тенденции в номинативной деятельности носителей языка и культуры. Обращается внимание на причины предпочтения вторичных номинативных средств при реализации продуцентом при порождении текстов разного типа стратегий эвфемизации, карнавализации, метафоризации, а также разнородных манипулятивных стратегий.

Ключевые слова: номинативная деятельность; средства и способы вторичной номинации; стратегии: когнитивные, номинативные, дискурсивные.

MEANS OF SECONDARY NOMINATION AS A MANIFESTATION OF COMMUNICANTS' NOMINATIVE CREATIVITY

In the talk, current trends in the nominative activity of language speakers as representatives of a particular culture are discussed. Attention is drawn to the reasons why speakers prefer secondary nominative means when using strategies of euphemization, carnivalization, metaphorization, as well as heterogeneous manipulative strategies in the process of creation of texts of various types.

Key words: nominative activity; means and methods of secondary nomination; strategies: cognitive, nominative, discursive.

Наблюдения над разнообразными способами организации взаимодействия в различных коммуникативных условиях, а также анализ средств и способов решения соответствующих коммуникативных и когнитивных задач позволяет констатировать в различных культурных пространствах наличие ряда любопытных тенденций в использовании языковых средств. Упоминания заслуживают в первую очередь следующие:

- активное обращение коммуникантов в своей номинативной деятельности к прецедентным феноменам разной этиологии;
- предпочтительный выбор коммуникантами номинативных стратегий косвенной идентификации, аксиологической идентификации, дескрипции и им подобных по сравнению с номинативными стратегиями прямой идентификации;
- поступательное расширение функциональной сферы у средств эвфемизации применительно к разнообразным объектам номинации;
- повышение частотности осмысления воспринимаемой внеязыковой действительности с помощью концептуальных метафор, становящихся своего рода когнитивным стержнем при концептуализации комплекса сведений, сообщаемых одним партнером по коммуникации другому в различных условиях.

Названные тенденции заслуживают особого внимания уже только потому, что соответствующие языковые средства являются по своей природе вторичными номинациями. Следовательно, они имеют в комплексе средств, служащих обозначению некоторого объекта внеязыковой действительности, единичного и/или коллективного субъектов, их (субъектов и объектов) признаков, характеристик, свойств, отношений между ними, а также процессов, действий, состояний, ситуаций, суждений и пр., статус изофункциональных, т. е. способных выполнять в коммуникации аналогичные и/или тождественные функции.

В силу этого правомерно было бы ожидать дифференциацию их функционального потенциала и более или менее явную специализацию на когнитивную и коммуникативную задачу, а также формат взаимодействия между носителями языка и культуры. Между тем этого, как показывает первичный анализ, не происходит, и средства вторичной номинации разного типа встречаются в контекстах, на первый взгляд не подлежащих объединению в ту или иную группу по некоторому критерию. Однако принципиально важно отметить, что в большинстве случаев обсуждаемые вторичные номинативные средства не являются в своем подавляющем большинстве конвенциональными. Важно также, что анализируемые номинативные средства могут использоваться при решении одной и той же коммуникативной и когнитивной задачи коммуникантами с разными характеристиками в разных форматах взаимодействия.

Вместе с тем можно отметить явную специализацию характеризуемых средств на реализацию дискурсивных стратегий и прежде всего стратегии эвфемизации и различных манипулятивных стратегий. При этом эти средства функционируют в разных дискурсивных форматах (особенно часто в дискуссии, но также при информировании), в разных типах коммуникации (монологической, диалогической или же формально монологической, но по сути диалогической), в разных коммуникативных пространствах (письменная, устная, компьютерно-опосредованная коммуникации), встречаются в разных типах текста (информативных, директивных, комиссивных, экспрессивных и др.). Характерно, что описываемые номинативные средства используются коммуникантами чаще всего тогда, когда необходимо активное воздействие на результат концептуализации и категоризации сведений, воспринимаемых партнером по коммуникации, преимущественно при аксиологической категоризации комплекса сведений о воспринимаемой действительности. Как правило, это разнообразные ситуации разного рода социальной критики или же просвещения адресата, коррекции давно сложившихся у носителей культуры представлений о мире и т. п. В качестве примера сферы бытования анализируемых средств можно назвать такие дискурсы, как научный, политический, медийный, публицистический и даже религиозный, а также, естественно, интернет-пространство.

Поиск ответа на вопрос о причинах отмеченных обстоятельств побуждает вспомнить о когнитивных и номинативных особенностях упомянутых средств. Рассуждая о когнитивных, необходимо иметь в виду, что каждый

идентифицируемый в интеракции объект и / или субъект имеет набор различных и разнозначимых для носителей культуры признаков, которые могут быть или стать мотивом для номинации в конкретных условиях взаимодействия между носителями языка культуры. В силу общности ментальной структуры коллективной идентичности каждый носитель соответствующей языковой культуры владеет знанием о том, по каким признакам может идентифицироваться в культуре тот или иной объект (в широком смысле) восприятия, а также какие именно признаки первичны для идентификации этого объекта внеязыковой действительности.

Условия для успешного и эффективного функционирования охарактеризованных вторичных номинативных средств – активизация и со-активизация вербальными и невербальными способами признаков номинируемого объекта, по которым в конкретной языковой культуре конвенционально обозначается соответствующий объект при прямой идентификации. Носители языка и культуры владеют, кроме того, сведениями о том, какие признаки воспринимаемого объекта и в каких условиях оказываются, как правило, в конкретной интеракции востребованными и объективируемыми вербальными и / или невербальными средствами и способами, а какие – со-активируемыми, но по тем или иным причинам не объективируемыми в этой интеракции средствами культурных кодов.

Таким образом, требует тщательного изучения то, как в определенных коммуникативных условиях сочетаются первичные и вторичные номинативные средства при решении носителями языка и культуры конкретных коммуникативных и когнитивных задач. Верифицированное знание – а «интуитивным» владеют в той или иной мере все носители культуры – поможет исследователям определить степень креативности номинативной деятельности коммуникантов и *«поверить алгеброй гармонию»*.