

7. Отношение соседей, отношение к соседям, название этноса другими, соседями. Это яркий фактор идентификации этноса, но по отношению к КАО его нельзя преувеличивать, так как все же это зона не особого языка и не другого народа. Однако факторы подобного рода есть. Судайские «акальщики» (д. Шартаново) называют соседей «окальщиков» с особым укладом жизни *турдиятами*, парфеньевские «окальщики» называют парфеньевских же «акальщиков» *агафонами-рябинниками* и *каюрами* и т. д.

8. Осознание своего родного языка, фольклора.

9. Типы этнонимии и топонимии важны для идентификации КАО как особой диалектной и этнографической зоны.

Таким образом, мы полагаем, что КАО представляет собой по многим параметрам особую этнокультурную зону, где лингвистические показатели являются одной из важнейших характерологических черт.

Букринская И. А., Кармакова О. Е. К изучению говоров центральной диалектной зоны // Проблемы современной русской диалектологии: Тез. докл. междунар. конф. 23–25 марта 2004 г. М., 2004.

Виноградов Н. Н. Причина и время возникновения аканья в Чухломском крае // Изв. ОРЯС. 1918. Т. XXII, кн. 2.

Герд А. С. Введение в этнолингвистику. 2-е изд. СПб., 2005.

Соколов Н. Н. Акающие говоры Костромской губернии // Рус. филолог. вестник. Пг., 1917. Т. LXXVШ, № 3–4.

Толстой Н. И. О соотношении центрального и маргинального ареалов в современной Славии // Толстой Н. И. Избр. тр. М., 1999. Т. III. Очерки по славянскому языкознанию.

Н. Д. Голев
Кемерово

Естественная инновационная номинация как эволютивный синергетический процесс

1. В современной лингвистике данный вопрос о номинативных новообразованиях обретает принципиальную значимость в связи с усилением активности лингвокогнитологического способа описания явлений языковой динамики.

2. Главным энергетическим импульсом номинативных инноваций обычно называется момент **н о в и з н ы**, отождествляемый с **и н т е н ц и о н а л ь н о с т ь ю** новообразовательного акта. Такой статус признака новизны для естественно-речевых инновационных процессов в лексике, на наш взгляд, преувеличен.

2.1. Сама ситуация неожиданного возникновения в обыденной жизни рядовых носителей языка принципиально нового предмета явно экзотична, новое означаемое обыкновенно не появляется вдруг. Для естественной номинации типичной является долгая коммуникативная актуализация того или иного предмета, ведущая к эволютивному процессу возникновения устойчивого имени для него.

© Н. Д. Голев, 2009

2.2. Одним из фундаментальных признаков естественной номинации является стремление избегать новизны и обходиться прежним запасом номинативных средств. В сфере стихийной номинации приоритет отдается отождествляющим номинациям, а если все-таки требуется особо выделить данный предмет, то говорящие оказывают предпочтение описательным наименованиям, которые являются менее энергоемкими, несмотря на большую «материалоемкость».

3. Столь же преувеличена в лингвокогнитологии субъективно-целеполагающая роль мотивировки. А. В. Суперанская в одной из своих работ заметила, что имя, конечно, несет информацию о предмете, но возникает имя не для того, чтобы эту информацию нести. Тем самым подчеркивается следовый характер мотивировки имени, возникающего по сугубо коммуникативным (во многом техническим), а не ментальным потребностям. Формирующееся название предмета в естественных условиях выдерживает конкуренцию других номинативных вариантов, обозначающих данный предмет и базирующихся на разных мотивировочных признаках. Имя *выключатель* могло стать *включателем*, *включальником* или *выключальником* – никаких ментальных противопоказаний для этого нет и не может быть. Вариантные названия естественным образом становятся узальными в различных языковых коллективах. В мотивировке, осуществляющейся в естественной номинативной деятельности, нет сколько-нибудь жесткой предопределенности, она во многом произвольна и случайна, а значит, и нет мотивировочной модели, которая предопределяла бы видение мира в неогумбольдтианском смысле. В сфере стихийной номинации наличие мотивировочной и классифицирующей интенции – открытый вопрос.

4. В связи с новообразовательной интенцией в докладе рассматривается пример: *Он купил не большой коттедж (коттеджик) в 50 км от городской квартиры*. Какие интенции определяют здесь выбор номинативной единицы (словосочетания или слова): информативные или стилистические? Мы полагаем – вторые. Существенно ли то обстоятельство, что производное слово *коттеджик* уже употреблялось говорящим или произведено по случаю? Воспринимается ли *маленький коттедж* как создаваемая единица – и, если «да», воспринимается ли она как новая? Наш ответ отрицательный для обоих вопросов: интенция новизны в обыденном текстопорождении (а новообразование – его часть) не участвует.

5. В этом плане предлагается пересмотреть роль мотивировки (мотивировочного суждения), которому в когнитивных моделях придается особый статус – как поискового механизма формы новообразования. Любое возникающее слово проходит долгий путь, в ходе которого решаются вопросы его мотивировки и на собственно словообразовательном этапе происходит лишь формальное их закрепление. Ничего ментального в этом акте не происходит, и о новизне как интенциональной категории говорить здесь не приходится. Типовой эволютивный путь можно представить как движение по схеме от знака-сообщения к устойчивой номинативной единице: *елань, где растет земляника, – земляничная елань – земляничная – Земляничная – Землянуха* или *город на Сибирских горах – Сибирский город – Сибирск*. Энергетика таких цепочек на завершающих звеньях заключена отнюдь не стремлении к новизне, а в потребности в компактном означающем для обретших коммуникативную значимость означаемых.

6. Формирование означаемого представляет собой конкуренцию уже готовых номинативных вариантов (отождествляющих, описательных, метафорических) по отношению к которым лексический дериват представляет лишь частный случай. Ни его возникновение, ни закрепление не предполагает когнитивных процедур. Энергетическое поле конкуренции является коммуникативным: стилистическим и ортологическим. Нормативным может оказаться любое название, независимо от внутренней формы.

7. Признак новизны обнаруживает свою гносеологическую недостаточность и по другим параметрам. Например, неубедительно его определение через понятие зафиксированности слова в словарях. Интернет в своих поисковых системах обнаруживает реальное бытие огромного массива незафиксированных словарями лексем. Таковы, например, *возражатель*, *спрашиватель*, *повторитель*, квалифицированные Е. А. Земской как потенциальные. Первое из них представлено в Интернете на 2 452 страницах, второе – на 934, третье – на 477.

Е. И. Голованова
Челябинск

Имя пользователя персональным компьютером как объект полипарадигмального анализа

В языке современной культуры особый интерес представляет такое массовое явление, как имена компьютерных пользователей, функционирующие в локальных сетях, сетевых форумах, чатах. Каждое подобное имя выступает знаком самопрезентации и идентификации автора, связано с творческими способностями личности, выявляет ее коммуникативные интенции, а потому может быть рассмотрено с ономаσιологических, социолингвистических, культурологических, лингвокреативных и коммуникативных позиций.

Для обозначения имен компьютерных пользователей нами предложен термин *персоним* (от лат. *persona* ‘маска’). Это номинативная единица, выполняющая функции индивидуализации и идентификации пользователя компьютером, имеющая авторский характер и адресованная широкой аудитории в пределах компьютерного пространства. В отличие от псевдонима персоним создается в сфере неинституционального общения. Поскольку персоним репрезентирует творимый человеком имидж, в нем переплетается вымышленное и реальное, действительное и желаемое.

В ономаσιологическом аспекте все персонимы условно можно разделить на две группы: и м е н о м е т р и ч е с к и е (содержат информацию о собственном имени пользователя компьютером) и х а р а к т е р и з у ю щ и е (репрезентируют особенности его внутреннего или внешнего облика).

Даже если в качестве основы персонима используется реальное имя, оно подвергается «остранению» с помощью различных механизмов: 1) замены узуального имени экзотическим: *@ntonio*, *Alessandro*, *Helga*, *K@TRIN*, *Lori*; 2) усечения имени: