



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.6.11>

UDC 81'373.23
LBC 81.053.16

Submitted: 01.10.2022
Accepted: 05.06.2023

PROPER NAME DISCOURSE ACTUALIZATION (EXEMPLIFIED BY LINGUISTIC EXPERIMENT)

Elena Yu. Pozdnyakova

Polzunov Altai State Technical University, Barnaul, Russia

Abstract. The article describes the results of a linguistic experiment aimed at expanding a proper name discourse by the addressee. A consecutive model of the experiment on the proper name inclusion in different stages of discourse generation was built on the assumption that the name actualizes the discourse of the onym. The study enrolled within three stages: an associative experiment, a discursive experiment on modelling dialogical statements and a discursive experiment on provoking the addressee to create a monologue text. Functioning in urban discourse names of commercial objects, or ergonyms, were chosen as the material. The method of the linguistic experiment was the “But-test”, the specifics of which can be called “anti-orientation”. The informant had to continue a negatively constructed statement, thus “pulling out” deep (background) knowledge about a particular object to the surface. As a result, various types of statements were identified, with the onym playing the role of a trigger mechanism (stimulus) provoking a number of onymic statements-reactions, which lead to expanding the onym discourse. The statements under analysis were divided into dictum (existential, actional and perceptual) and modus (positive, negative and mixed) ones. The dictum-type statements deliver objective information, which refers to the life experience of the speaker, while the modus-type ones are based on the subjective assessment of facts and events. The onym theme-statement directs the unfolding of onym discourse and actualizes the spheres, which are connected with the cognitive activity of the recipients, for instance, the spheres of events, wishes and intentions, comparison, evaluation, attribution, background knowledge. The onym discourse embraces the explicit and implicit meanings, it unites the personal (individual) and collective (social) experience.

Key words: discursive onomastics, discursive experiment, onym, proper name, text, discourse, discursive field, individual sense.

Citation. Pozdnyakova E. Yu. Proper Name Discourse Actualization (Exemplified by Linguistic Experiment). *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2023, vol. 22, no. 6, pp. 143-154. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.6.11>

УДК 81'373.23
ББК 81.053.16

Дата поступления статьи: 01.10.2022
Дата принятия статьи: 05.06.2023

АКТУАЛИЗАЦИЯ ДИСКУРСА ИМЕНИ СОБСТВЕННОГО (НА МАТЕРИАЛЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)

Елена Юрьевна Позднякова

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова, г. Барнаул, Россия

Аннотация. В статье описаны результаты лингвистического эксперимента, направленного на развертывание дискурса имени собственного адресатом. Основываясь на предположении о том, что имя актуали-

зирует дискурс, стоящий за онимом, мы построили поэтапную модель эксперимента по включению имени собственного в разные стадии порождения дискурса. Она предполагает 3 этапа: ассоциативный эксперимент, дискурсивный эксперимент по моделированию диалогических высказываний и дискурсивный эксперимент, провоцирующий адресата на создание монологического текста. В качестве материала выбраны наименования коммерческих объектов (эргонимы), функционирующие в городском дискурсе. Методом представляемого лингвистического эксперимента послужил «But-test», специфика которого составляет «анти-направленность»: продолжая негативно построенное высказывание, информант таким образом актуализирует глубинные (фоновые) знания о конкретном объекте. В результате выявлены различные типы онимических высказываний, в которых имя собственное играло роль механизма (стимула), запускающего ряд онимических высказываний-реакций, приводящих к развертыванию дискурса онима. Полученные высказывания разделены на диктумные (экзистенциональные, акциональные и перцептивные) и модусные (позитивные, негативные и смешанные). Диктумные высказывания сообщают объективную информацию, связанную с жизненным опытом говорящих, модусные высказывания основываются на субъективной оценке событий / фактов. Онимическое высказывание-тема задает направление развертывания дискурса онима, актуализируя при этом области, связанные с когнитивной деятельностью реципиентов: области событий, желаний / намерений, сравнения, оценки, атрибуции, фоновых знаний. Дискурс онима содержит эксплицируемые и неэксплицируемые смыслы, объединяя личностный (индивидуумный) и коллективный (социальный) опыт.

Ключевые слова: дискурсивная ономастика, дискурсивный эксперимент, оним, имя собственное, текст, дискурс, дискурсивное поле, личностный смысл.

Цитирование. Позднякова Е. Ю. Актуализация дискурса имени собственного (на материале лингвистического эксперимента) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2023. – Т. 22, № 6. – С. 143–154. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.6.11>

Введение

Цель статьи – описание результатов лингвистического эксперимента, направленного на развертывание дискурса имени собственного адресатом. Исходя из предположения о том, что имя собственное является своего рода свернутым текстом, содержащим в компрессивном виде потенции своего развертывания адресатом, мы предприняли лингвистический эксперимент по актуализации дискурса онима. В ходе проведения эксперимента нас интересовали типы онимических высказываний и виды когнитивных структур, задействованных при восприятии онима реципиентом.

Еще в трудах А.А. Потебни указано, что значение слова не есть полное содержание мысли, слово «сворачивает» мысль. Он пишет: «Мысль, с которой когда-то было связано слово, снова вызывается в сознании звуками этого слова, так что, например, всякий раз, как я слышу имя известного мне лица, мне представляется снова более или менее ясно и полно образ того самого лица, которое я прежде видал, или же известное видоизменение, сокращение этого образа» [Потебня, 1999, с. 81]. Мы утверждаем, что имя собственное образуется в результате свертыва-

ния текста (текстов) и развертывается в процессе коммуникации, образуя при этом не единственно возможный текст-дискурс, а неограниченное множество текстов, включенных в дискурсивные практики носителей языка.

Несмотря на то что в современных исследованиях высказываются некоторые мысли о том, что имя представляет собой редуцированный текст (см., например: [Горбаневский 1994; Максимов 2015; Степовая 2014; и др.]), законченной теории дискурсивности онима не существует. Отметим также, что внимание ученых в настоящее время сосредоточено на семантике онима, подвергающегося компрессии, и, как следствие, оним зачастую изучается лишь с позиции номинатора – адресанта, создателя наименования, то есть в семасиологическом аспекте. Кроме того, применяется ономасиологический подход, в рамках которого изучаются наименования; при этом движение научного анализа направлено «от предмета (понятия) к наименованиям, их обозначающим» [Гак, 1998, с. 199]. В.Г. Гак указывает на то, что «ономастиология имеет дело не со значением, а с обозначением, то есть языковой элемент с уже определенным значением применяется для обозначения объекта» [Гак, 1998, с. 199], и рассматривает имя собственное как номинатив-

ную единицу, исследуя закономерности использования языковых средств для обозначения объектов внеязыковой действительности, описывая принципы и способы номинации. Представители ономастического направления изучают проприальное наименование как результат процесса номинации [Горяев, 2000; Горяев, Бугешу, 2018; Козлов, 2000; Рут, 2008; Суперанская, 1973; и др.], выявляют принципы и способы номинации [Астафьева, 1996; Голев, 1972, 1981; Способы номинации..., 1982], предлагают различные классификации типов номинации [Арутюнова, 1977; Гак, 1998; Голомидова, 1998; Языковая номинация..., 1977; и др.], выделяют компоненты номинативного процесса [Гак, 1998], изучают состав, функционирование и специфику разных групп проприальной лексики в городском ономастическом пространстве, а именно: ойкодомонимов (названий учреждений культуры, бытового обслуживания и торговли) [Астафьева, 1996], эргоурбонимии [Вайрах, 2019; Козлов, 2000], коммерческих эргонимов [Шимкевич, 2002], рекламных имен [Крюкова, 2004], названий деловых объектов [Трифонова, 2006], городской эргонимии [Емельянова, 2007; Носенко, 2007; Щербакова, 2009], эмпоронимов (названий магазинов и салонов одежды), эргонимов иноязычного происхождения [Самсонова, 2012], ивентонимов (названий собственных имен специальных событий) [Романова, 2020], монументонимов (названий памятников и городской скульптуры) [Ахметова, 2022], медицинских эргонимов [Горяев, Полякова, 2023] и др.

Однако, несмотря на большое количество исследований и многообразие научных подходов, недостаточно внимания уделяется вопросам, связанным с порождением имен собственных, их восприятием различными адресатами, функционированием в разных видах дискурсов, трансформацией их значения в процессе употребления, то есть тому, что можно назвать «действительной жизнью» имени. Восприятие адресата и механизмы, позволяющие развертывать дискурс онима, остаются за рамками научного осмысления.

Под дискурсом онима будем понимать связанный с именем некий текст (совокупность текстов), который в процессе коммуникации может быть развернут в языковом сознании реципиентов и актуализирован в

форме речевых актов контактной (диалог) и неконтактной (монолог) природы. В речевом акте оним играет роль темы, которая порождает новые высказывания – рему. С такой точки зрения развертывание дискурса онима представляет собой процесс речепорождения, в котором оним играет роль механизма (стимула), запускающего ряд онимических высказываний-реакций, приводящих к развертыванию дискурса онима. Эта особенность слова уже отмечалась лингвистами: «Слово задает направление репрезентации смысла и активирует психические, лексические и грамматические механизмы» [Степыкин, 2021, с. 21].

Дискурс может быть развернут с разной степенью подробности – начиная от отдельного слова-реакции на оним в ассоциативном ряду и заканчивая завершенными и синтаксически оформленными речевыми актами контактной и неконтактной природы. Совокупность всех текстов образует дискурсивное поле онима. Мы полагаем, что «дискурсивное поле онима изменчиво, зависит от множества факторов, среди которых можно отметить социокультурную, политическую, экономическую ситуацию, современные тенденции, связанные с модой, новыми технологиями и открытиями и пр. Кроме того, усложнение дискурсивного поля имени заключается в том, что сами онимы и связанные с ними дискурсы могут взаимодействовать между собой, пересекаясь и создавая онимические ансамбли и семиотические коллизии» [Позднякова, 2021а, с. 252]. В процессе восприятия имени собственного актуализируются разные стороны его семантики, адресат при этом действует лексическое, энциклопедическое значения имени, а также фоновые знания и личностные смыслы.

Методика

дискурсивного эксперимента

Основываясь на предположении о том, что имя актуализирует дискурс, стоящий за онимом, мы построили поэтапную модель эксперимента по вовлечению имени собственного в разные стадии порождения дискурса. Экспериментальная методика включала в себя 3 основных этапа:

1-й этап – ассоциативный эксперимент, в результате которого был получен набор ключевых слов, позволяющих моделировать концепт имени (подробно см.: [Позднякова, 2021б]);

2-й этап – дискурсивный эксперимент, направленный на создание диалогического текста, в ходе которого был сконструирован диалогический дискурс, заданный онимом;

3-й этап – дискурсивный эксперимент, направленный на моделирование монологического текста, позволивший смоделировать фантазийные монологические дискурсы, в которых разворачивается оним (подробно см.: [Позднякова, 2021а]).

В ходе дискурсивного эксперимента были использованы следующие методы: метод свободного ассоциативного эксперимента (далее – САЭ) применялся на 1-м этапе; метод лингвистического эксперимента, целью которого было развертывание диалогического дискурса (далее – ЛЭ-1), был задействован на 2-м этапе исследования; метод лингвистического эксперимента, с помощью которого проходило моделирование фантазийного монологического текста (далее – ЛЭ-2), использовался на 3-м этапе; «But-тест», направленный на выявление когнитивных структур и реконструкцию фоновых знаний об онимах (далее – ЛЭ-3), дополнял результаты ЛЭ-1 и ЛЭ-2.

В качестве материала были выбраны наименования городских коммерческих объектов (эргонимы), поскольку это наиболее распространенная в городском языковом пространстве группа собственных имен, функционирующих как в обыденном, так и в институциональном дискурсе. Респондентами стали студенты 1-го курса АлтГТУ им. И.И. Ползунова (170 человек).

Результаты

лингвистического эксперимента

Поскольку основные результаты экспериментального исследования (САЭ, ЛЭ-1, ЛЭ-2) были освещены в ряде статей автора (см.: [Позднякова, 2021а; 2021б; 2022; и др.]), остановимся подробно на описании лингвистического эксперимента (ЛЭ-3). Методом эксперимента послужил «But-

test», спецификой которого можно назвать «анти-направленность»: продолжая негативно построенное высказывание, информант таким образом «вытаскивает» на поверхность глубинные (фоновые знания) о конкретном объекте. Данные знания часто связаны с личностными смыслами, с индивидуальным восприятием имени респондентом. Мы полагаем, что данная методика может быть с успехом применена к исследованию дискурсивного поля онима, поскольку позволяет выявить глубинные структуры и воссоздать скрытые смыслы, образующие латентный дискурс онима в совокупности с воспроизводимыми высказываниями контактной и неконтактной природы.

На данном этапе эксперимента было задействовано 9 наименований предприятий ресторанной сферы г. Барнаула. Респондентам предлагалось письменно продолжить следующие предложения:

1. «Я никогда не бывал в кафе “Лукошко”, но...».
2. «Я не был в ресторане “Ганс”, но...».
3. «Я не заходил в ресторан “Асадор”, но...».
4. «Я не слышал о банкетном зале “Черемушки”, но...».
5. «Я сам не бывал в ресторане “Velvet”, но говорят, что...».
6. «Я не заходил в “Арт-кафе”, но слышал, что...»
7. «Я не знаю о баре-ресторане “Опера”, но...».
8. «Я не заходил в бар-ресторан “Сова”, но...».
9. «Я никогда не был в кофейне “Тициан”, но...».

В том случае, если утверждение не соответствовало действительности, испытуемые имели возможность исправить его. В результате было получено 650 высказываний, которые могут быть рассмотрены как диалогические речевые акты. Первая реплика – стимульная – имеет притекстовый статус и позволяет встроить реплику информанта в коммуникацию.

Полученные реакции были разделены нами на две группы: диктумные и модусные. Разделение на диктум и модус в предложении восходит к трудам Ш. Балли, который свя-

зывает диктум с его объективным содержанием, а модус – с индивидуальной оценкой фактов. «Диктумная, пропозитивная часть дискурса имеет отношение, прежде всего, к семантике, модусная, субъективная часть, – прежде всего к прагматике» (цит. по: [Григорьева, 2007, с. 33]).

1. Диктумные высказывания связаны с жизненным опытом респондентов, например:

а) бытийные высказывания (экзистенциальные высказывания):

Я никогда не бывал в кафе «Лукошко», но зато я **был** в кафе «Кузина»;

Я бывал в кафе «Лукошко», когда оно **было** на Малахова;

Я не был в ресторане «Ганс», но **побывал** в ресторане «РыбаРис»;

Я не был в ресторане «Ганс», но мои друзья **были**;

Я не заходил в «Арт-кафе», но слышал, что кафе **находится** на окраине города;

б) высказывания, связанные с действиями субъектов (акциональные высказывания):

Я не слышал о банкетном зале «Черемушки», но мой брат **планирует** там провести свадьбу;

Я не слышал о банкетном зале «Черемушки», но **читал** отзывы;

в) высказывания, связанные с восприятием субъектов (перцептивные высказывания):

Я не слышал о банкетном зале «Черемушки», но **слышал** о банкетном зале «Ползуновъ»;

Я не слышал о банкетном зале «Черемушки», но теперь **слышал**;

Я не слышал о банкетном зале «Черемушки», но **видел** в соцсетях;

Я никогда не бывал в кафе «Лукошко», но **видел** его.

В данных примерах стимульная реплика выступает в качестве темы высказывания, а реплика воспринимающего субъекта становится ремой, поскольку сообщает новое о предмете речи. По справедливому утверждению Л.Г. Ким, «под воздействием стимульных дискурсивных единиц испытуемый воссоздает коммуникативное зада-

ние, декодируя текстовые элементы (позиция слушающего), и затем, владея стратегией порождения, создает высказывание (позиция говорящего)» [Ким, 2012, с. 11]. Отталкиваясь от заданной стимульной репликой темы, говорящий / пишущий достраивает высказывание, используя при этом предикаты с различной временной соотносительностью – настоящего будущего, прошедшего времени, кроме того, встречаются высказывания с глаголами в сослагательном наклонении.

2. Модусные высказывания, включающие в себя дополнительные коннотации, могут быть следующих видов:

а) высказывания с позитивной оценкой:

Я никогда не бывал в кафе «Лукошко», но слышал, что там отличное кафе;

Я никогда не бывал в кафе «Лукошко», но друзья хвалят это кафе;

Я не был в ресторане «Ганс», но там восхитительно;

Я не был в ресторане «Ганс», говорят, что там вкусно;

б) высказывания с негативной оценкой:

Я никогда не бывал в кафе «Лукошко», но обслуживающий персонал оставляет желать лучшего;

Я не был в ресторане «Ганс», но говорят, что там ужасное обслуживание;

в) высказывания со смешанной оценкой:

Я был в ресторане «Ганс», но остался им недоволен, еда была приготовлена не лучшим образом, однако, несмотря на это, персонал со своей работой справлялся очень хорошо.

Отметим, что высказывания с положительной оценочной модальностью преобладают. Кроме того, существует следующая закономерность: негативные высказывания основываются на личном опыте говорящих, а позитивные чаще всего являются развертками дискурса онима, не основанными на фактическом знании.

Наши наблюдения позволяют утверждать, что онимическое высказывание-тема задает направление развертывания дискурса онима в следующих областях, связанных с когнитивной деятельностью реципиентов:

а) область событий актуализирует **событийные высказывания (состояние, локация, действие)** (был, бывал, проходил):

Я никогда не бывал в кафе «Лукошко», но несколько раз проезжал мимо на маршрутке;

Я не был в ресторане «Ганс», но я слышал о нем;

Я не заходил в ресторан «Асадор», но заходил в другой;

Я не заходил в ресторан «Асадор», но проходил рядом с ним;

Я не знаю о баре-ресторане «Опера», но там проходят драки;

б) область желаний / намерений актуализирует **интенциональные высказывания (хотел бы, намереваюсь, хочу / не хочу):**

Я никогда не бывал в кафе «Лукошко», но обязательно туда схожу после карантина;

Я не был в ресторане «Ганс», но хочу там побывать;

Я не заходил в ресторан «Асадор», но хотел бы его посетить;

Я не слышал о банкетном зале «Черемушки», но теперь хочу услышать;

Я никогда не был в кофейне «Тициан», но и не хочу, ведь самое вкусное кофе в «Академии кофе»!

в) область сравнения актуализирует **компаративные высказывания (лучше, хуже, дешевле, очень дорого и др.):**

Я не слышал о банкетном зале «Черемушки», но он, наверное, похож на «Вилку-ложку» своим меню;

Я не знаю о баре-ресторане «Опера», но в «Che Guevara» дешевле;

Я не слышал о банкетном зале «Черемушки», но видел банкетный зал «Ермак»;

г) область оценки актуализирует **оценочные высказывания** – позитивные, негативные (*понравилось, не понравилось, восхитительно, красиво, комфортно, ужасно, название мутное, прекрасная атмосфера*), смешанные:

Я был в ресторане «Ганс», но мне там не понравилось;

Я не заходил в «Арт-кафе», но слышал, что это хорошее кафе;

Я не заходил в «Арт-кафе», но слышал, что там приятная атмосфера;

Я знаю о баре-ресторане «Опера», но мне там не понравилось;

Я не заходил в бар-ресторан «Сова», но говорят, что там ужасно;

Я никогда не был в кофейне «Тициан», но говорят, это лучшая кофейня;

д) область атрибуции актуализирует **атрибутивные высказывания:**

Я не слышал о банкетном зале «Черемушки», но он достаточно популярный;

Я сам не бывал в ресторане «Velvet», но говорят, что там очень разнообразное меню;

Я сам не бывал в ресторане «Velvet», но говорят, что это стоящее место;

Я не заходил в бар-ресторан «Сова», но слышал, что там разнообразная кухня;

е) область фоновых знаний актуализирует **фреймовые высказывания** (в том числе сообщение информации о месте нахождения, меню заведения, особенностях его интерьера и пр.):

Я не заходил в бар-ресторан «Сова», но знаю, что он работает до утра;

Я не заходил в бар-ресторан «Сова», но знаю, что есть такая птица;

Я никогда не был в кофейне «Тициан», но я знаю, есть такой художник;

Я никогда не был в кофейне «Тициан», но знаю о их живописи;

Я никогда не был в кофейне «Тициан», но хорошее место с шикарным видом на город, правда, там дороговато, но это того стоит;

Я никогда не бывал в кафе «Лукошко», но, видимо, оно для детей;

Я никогда не бывал в кафе «Лукошко», но, наверное, там многие блюда из грибов.

Полученные данные лингвистического эксперимента (ЛЭ-3) указывают на то, что развертывание диалогов происходит как приращение смыслов, при этом были зафиксированы и индивидуальные реакции-высказывания, и многочисленные стереотипные, повторяющиеся реакции. Достираивание диалогов происходит с разной степенью подробности – от одного слова до словосочетания и целостной предикативной конструкции. Совпадающие реплики свидетельствуют о стереотипности восприятия онимического выс-

казывания, единичные реплики-реакции связаны, по нашему мнению, с личностными смыслами реципиентов, их субъективным восприятием и опытом.

В результате анализа материалов ЛЭ-3 были обозначены области, связанные с когнитивной деятельностью реципиентов (см. рисунок).

Дискурсивное поле онима, согласно нашим наблюдениям, образуется в процессе вовлечения онима в высказывания контактной (диалог) и неконтактной (монолог) природы, при этом дискурс онима объединяет в себе эксплицируемые (воспроизводимые) и неэксплицируемые (латентные) смыслы, связанные с невербализуемыми представлениями и отражающими как личностный (индивидуумный), так и коллективный (социальный) опыт, то есть фоновые знания об ониме. Без владения фоновыми знаниями невозможно адекватное восприятие и понимание дискурса онима. Личностные смыслы придают ониму субъективную окраску, которая выявляется в процессе коммуникации.

Построение высказывания вариативно и многовекторно. Стимул может актуализировать различные области когнитивной деятельности реципиентов и провоцировать высказывания различной природы (см. таблицу). Развертывание текста во многом зависит от ключевого слова – стимула, которым выступает оним, становящийся основой для дальнейшего высказывания – реакции.

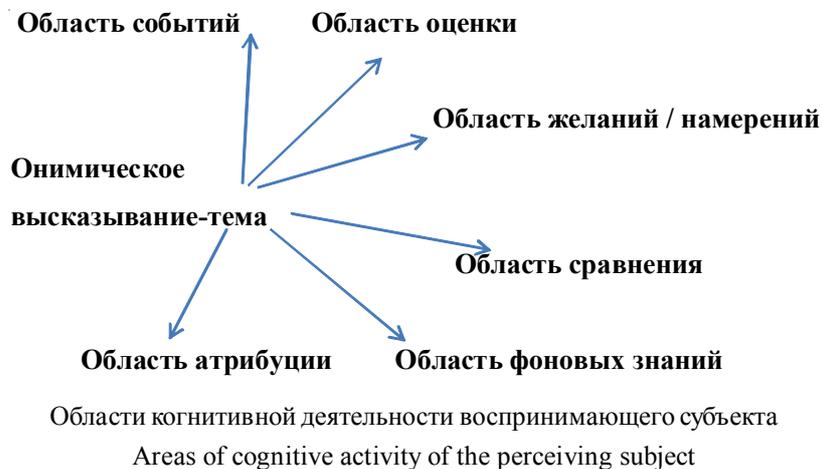
Реакции поделены на 2 группы – диктумные и модусные. Среди диктумных реакций зафиксированы экзистенциальные, перцептив-

ные и акциональные. Последние включают описание физических, ментальных и коммуникативных действий. Модусные реакции связаны с прагматическим содержанием высказываний, они основаны на индивидуальной оценке фактов и могут быть оценочными, атрибутивными, интенциональными, компаративными и фреймовыми (подробное описание представлено в таблице).

Заключение

Проведенный лингвистический эксперимент доказал, что имя собственное представляет собой свернутый текст (текст-компрессив), который может быть развернут в процессе коммуникации, образуя при этом не единственно возможный дискурс, а неограниченное множество дискурсов, включенных в дискурсивные практики носителей языка.

Моделируемые в ходе эксперимента реплики адресатов позволили определить виды когнитивных структур, актуализирующихся при восприятии имени собственного. В результате были обозначены следующие области когнитивной деятельности реципиентов: событий; желаний / намерений; сравнения; оценки; атрибуции; фоновых знаний. При этом стимульная реплика актуализировала различные области когнитивной деятельности реципиентов и провоцировала высказывания разной природы: событийные, интенциональные, компаративные, оценочные, атрибутивные и фреймовые.



Виды реакций и характеристика порождаемого высказывания

Types of reactions and distinguishing features of a produced statement

Вид реакций	Характеристика порождаемого высказывания			
	Тип высказывания		Лексические маркеры	Примеры
Диктумные реакции	Экзистенциальные		<i>Есть, быть, находиться, существовать</i> и др.	<i>Там были мои друзья; Был во множестве других ресторанов; Мои знакомые там бывали; Находится в центре</i>
	Акциональные	Физические действия	<i>Идти, ехать, делать, выполнять</i> и др.	<i>Проходил мимо него; Заходил на задний двор; Там проводят праздники</i>
		Ментальные действия	<i>Думать, знать, полагать, надеяться</i> и др.	<i>Предполагаю, что там красиво; Думаю, что следующий день рождения пройдет именно там; Думаю, там вкусно готовят; Знаю, где он находится</i>
		Коммуникативные действия	<i>Говорить, рассказывать, читать, обсуждать, советовать</i> и др.	<i>Мне много про него рассказывали; Говорят, там очень вкусно; Читал отзывы; Мне советовали туда сходить</i>
Перцептивные		<i>Видеть, слышать, чувствовать, пробовать, любить</i> и др.	<i>Ничего о нем не слышал; Слышал о прекрасной атмосфере этого заведения; И попробовал вкусный бизнес-ланч; Видел, что там есть скидки</i>	
Модусные реакции	Оценочные	Позитивная оценка	<i>Хороший</i> и его синонимы	<i>Наверно, оно хорошее; Мне понравилось; Там хорошие блюда; Это лучшее место в своем роде; Там прекрасная кухня</i>
		Негативная оценка	<i>Плохой</i> и его синонимы	<i>Мне там не понравилось</i>
		Смешанная оценка	<i>Хороший</i> (и его синонимы) и <i>плохой</i> (и его синонимы)	<i>Выбор блюд ограничен, однако они очень вкусные</i>
	Атрибутивные		<i>Интересный, приятный, разнообразный</i> и др.	<i>Там дорогой ассортимент; Там низкие цены и отзывчивый персонал; Там разнообразное меню; Там безупречный чизкейк; Там очень вежливые официанты; Там оригинальное оформление зала и вкусная еда</i>
	Интенциональные		<i>Хотеть, желать, намереваться, планировать</i> и др.	<i>Хотел бы туда заглянуть; Собирался сходить в ресторан «Ганс»; Хочется побывать</i>
	Компаративные		<i>Лучше, хуже</i> и др.	<i>Он, наверное, похож на «Вилку-Ложку» своим меню; Но в «Che Guevara» дешевле</i>
	Фреймовые (актуализируют фоновые знания)		Определенных маркеров нет	<i>Я наткнулся на хорошие отзывы в интернете; Там очень часто проводятся мероприятия, из-за чего очень сложно туда попасть; Он известен своей красотой; По его названию я не могу представить ничего престижного; Атмосфера там что надо; Дизайн кафе выполнен в стиле модерн; Там много арт-картин</i>

Имя собственное встраивается в дискурсивные практики носителей языка и в процессе развертывания актуализирует любые из своих значений: лексическое, энциклопедическое, коннотативное, эмоционально-оценочное и пр., включая субъективные личностные смыслы и комплекс фоновых знаний коммуникантов. Позиция адресата при этом представляется как диалогическая – направленная на интерпретацию и оценку имени собственного. Данная позиция воспринимающего субъекта проявляется в том, что адресат словно вступает в диалог с номинатором-создателем имени собственного, актуализируя в процессе развертывания онима различные аспекты его семантики, производя его оценку и встраивая оним в создаваемые тексты-дискурсы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аругюнова Н. Д., 1977. Номинация, референция, значение // Языковая номинация : Общие вопросы. М. : Наука. С. 188–206.
- Астафьева И. А., 1996. Способы номинации в речевой ситуации города: на материале ойкодомонимов г. Омска : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М. 19 с.
- Ахметова М. В., 2022. Неофициальные монументонимы: к определению ономастического статуса // Вопросы ономастики. Т. 19, № 3. С. 195–220. DOI: 10.15826/vopr_onom.2022.19.3.037
- Вайрах Ю. В., 2019. Эргоурбонимия города Иркутска: структурно-семантический и лингвокультурологический аспекты исследования : монография. М. : ИНФРА-М. 96 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009763>
- Гак В. Г., 1998. Языковые преобразования. М. : Шк. «Яз. рус. культуры». 768 с.
- Голев Н. Д., 1972. О принципах номинации и методе их исследования // Материалы научной конференции, посвященной 50-летию образования СССР. Вып. 5. Лингвистика. Теоретические вопросы русского языка и его говоров. Томск : Изд-во ТГУ. С. 94–99.
- Голев Н. Д., 1981. О некоторых общих особенностях принципов номинации в диалектной лексике флоры и фауны // Русские говоры Сибири. Томск : Изд-во ТГУ. С. 17–28.
- Голомидова М. В., 1998. Искусственная номинация в русской ономастике. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. пед. ун-та. 232 с.
- Горбаневский М. В., 1994. Русская городская топонимия: проблемы историко-культурного изучения и современного лексикографического описания : дис. ... д-ра филол. наук. М. 432 с.
- Горяев С. О., 2000. Номинативные интенции субъекта ономастической номинации (на материале русских прагмонимов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург. 20 с.
- Горяев С. О., Бугешу А. 2018. Коммерческое имя в мировой ономастике: современное состояние // Коммуникативные исследования. № 3 (17). С. 276–290.
- Горяев С. О., Полякова И. Г., 2023. Коммерческий ономастикон в сфере суррогатного материнства // Вопросы ономастики. Т. 20, № 1. С. 183–201. DOI: 10.15826/vopr_onom.2023.20.1.011
- Григорьева В. С., 2007. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты. Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та. 288 с.
- Емельянова А. М., 2007. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтничного города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа. 24 с.
- Ким Л. Г., 2012. Вариативно-интерпретационное функционирование текста. Кемерово : Изд-во Кемер. гос. ун-та. 272 с.
- Козлов Р. И., 2000. Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург. 151 с.
- Крюкова И. В., 2004. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград. 40 с.
- Максимов В. О., 2015. Русский фамильный антропоним как свернутый текст и его лексикографическое описание // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. № 4. С. 83–89.
- Носенко Н. В., 2007. Названия городских объектов г. Новосибирска: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск. 22 с.
- Позднякова Е. Ю., 2021а. К вопросу о дискурсивной теории ономастики // Культура и текст. № 1 (44). С. 245–261. DOI: 10.37386/2305-4077-2021-1-245-261
- Позднякова Е. Ю., 2021б. Экспериментальное исследование дискурсивного поля имени // Вопросы журналистики, языкознания, педагогики. Т. 40, № 4. С. 534–544. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-534-544
- Позднякова Е. Ю., 2022. Дискурсивный эксперимент как способ актуализации дискурса онима // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 21,

- № 5. С. 155–166. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.5.14>
- Потебня А. А., 1999. Полное собрание трудов : Мысль и язык. М. : Лабиринт. 300 с.
- Романова Т. П., 2020. Ивентоним как рекламно-информативный тип имени собственного // Вопросы ономастики. Т. 17, № 2. С. 220–240. DOI: 10.15826/vopr_onom.2020.17.2.025
- Рут М. Э., 2008. Образная номинация в русской ономастике. М. : УРСС. 192 с.
- Самсонова Е. С., 2012. Концепция системы эргонимов иноязычного происхождения в коммуникативном пространстве города // Вестник науки Сибири. № 4 (5). С. 247–251.
- Способы номинации в современном русском языке, 1982. М. : Наука. 298 с.
- Степовая О. А., 2014. Имя собственное как свернутый текст: к постановке проблемы // Филология и человек. № 4. С. 127–130.
- Степыкин Н. И., 2021. Речевое действие как психолингвистический механизм порождения и актуализации смысла : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М. 53 с.
- Суперанская А. В., 1973. Общая теория имени собственного. М. : Наука. 366 с.
- Трифонова Е. А., 2006. Названия деловых объектов: семантика, прагматика, поэтика (на материале русских и английских эргонимов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград. 18 с.
- Шимкевич Н. В., 2002. Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург. 22 с.
- Щербак Т. В., 2009. Искусственная номинация коммерческих предприятий (на материале тюменских наименований) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень. 23 с.
- Языковая номинация : Виды наименований, 1977. М. : Наука. 359 с.
- Akhmetova M.V., 2022. Neofitsialnye monumentonimy: k opredeleniyu onomasticheskogo statusa [Unofficial Monumentonyms: Towards the Definition of Their Onomastic Status]. *Voprosy onomastiki* [Problems of Onomastics], vol. 19, no. 3, pp. 195–220. DOI: 10.15826/vopr_onom.2022.19.3.037
- Vayrakh U.V., 2019. *Ergourbonimiya goroda Irkutsk: strukturno-semanticheskii i lingvokulturologicheskii aspekty issledovaniya: monografiya* [Ergourbonyms of City Irkutsk: Structural-Semantic and Linguaculturological Aspects of the Research. Monograph]. Moscow, INFRA-M Publ. 96 p. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009763>
- Gak V.G., 1998. *Yazykovye preobrazovaniya* [Language Transformations]. Moscow, Shk. «Yaz. rus. kultury». 768 p.
- Golev N.D., 1972. O printsipakh nominatsii i metode ikh issledovaniya [On the Principles of Nomination and the Method of Their Research]. *Materialy nauchnoy konferentsii, posvashchennoy 50-letiyu obrazovaniya SSSR. Vyp. 5. Lingvistika. Teoreticheskiye voprosy russkogo yazyka I ego govorov* [Materials of the Scientific Conference Dedicated to the 50th Anniversary of the Formation of the USSR. Iss. 5. Linguistics. Theoretical Issues of the Russian Language and Its Dialects]. Tomsk, Izd-vo TSU, pp. 94–99.
- Golev N.D., 1981. O nekotorykh obshchikh osobennostyakh printsipov nominatsii v dialektnoy leksike flory i fauny [On Some General Features of the Nomination Principles in the Dialect Vocabulary of Flora and Fauna]. *Russkie govory Sibiri* [Russian Dialects of Siberia]. Tomsk, Izd-vo TSU Publ., pp. 17–28.
- Golomidova M.V., 1998. *Iskusstvennaya nominatsiya v russkoy onomastike* [Artificial Nomination in Russian Onomastics]. Yekaterinburg, Izd-vo Ural. gos. ped. un-ta. 232 p.
- Gorbanevskiy M.V., 1994. *Russkaya gorodskaya toponimiya: problemy istoriko-kulturnogo i sovremennogo leksikograficheskogo opisaniya: dis. ... d-ra filol. nauk* [Russian Urban Toponymy: Problems of Historical and Cultural Study and Modern Lexicographic Description. Dr. philol. sci. diss.]. Moscow. 432 p.
- Goryayev S.O., 2000. *Nominativnye intentsii subyekta onomasticheskoy nominatsii (na materiale russkikh pragmonimov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Nominative Intentions of the Subject of Onomastic Nomination (Based on the Material of Russian Pragmonyms). Cand. philol. sci. abs. diss.]. Yekaterinburg. 20 p.
- Goryaev S.O., Bugeshu A., 2018. *Commercheskoie imya v mirovoi onomastike: sovremennoye sostoyaniye* [Commercial Name in Global

REFERENCES

- Arutyunova N.D., 1977. Nominatsia, referentsiya, znachenie [Nomination, Reference, Meaning]. *Yazykovaya nominatsiya: Obshchie voprosy* [Language Nomination. General Questions], Moscow, Nauka Publ., pp. 188–206.
- Astafieva I.A., 1996. *Sposoby nominatsii v rechevoy situatsii goroda: na materiale oikodomonimov g. Omska: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [The Methods of Nomination in the Colloquial Situation of a City: On the Material of Oikodomonyms of Omsk. Cand. philol. sci. abs. diss.]. Moscow. 19 p.

- Onomastics: Contemporary Situation]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communication Studies], no. 3 (17), pp. 276-290.
- Goryaev S.O., Polyakova I.G., 2023. Kommercheskiy onomastikon v sfere surrogatnogo materinstva [Commercial Names in the Field of Surrogacy Motherhood]. *Voprosy onomastiki* [Problems of Onomastics], vol. 20, no. 1, pp. 183-201. DOI: 10.15826/vopr_onom.2023.20.1.011
- Grigorieva V.S., 2007. *Diskurs kak element kommunikativnogo protsessa: pragmalingvisticheskiy i kognitivnyy aspekt* [Discourse as an Element of the Communicative Process: Pragmalinguistic and Cognitive Aspects]. Tambov, Izd-vo Tamb. gos. tekhn. un-ta. 288 p.
- Yemelyanova A.M., 2007. *Ergonimy v lingvisticheskom landshafte polietnicheskogo goroda (na primere nazvaniy delovykh, kommercheskiy, kulturnykh, sportivnykh obyektov g. Ufy): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Ergonyms in Linguistic Landscape of Polyethnic City (On the Example of Nominations of Business, Commercial, Cultural, Sportive Objects of Ufa). Cand. philol. sci. abs. diss.]. Ufa. 24 p.
- Kim L.G., 2012. *Variativno-interpretatsionnoye funktsionirovaniye teksta* [Variative-Interpretative Functioning of the Text]. Kemerovo, Izd-vo Kemer. gos. un-ta. 272 p.
- Kozlov R.I., 2000. *Ergourbonimy kak noviy razryad gorodskoy onomastiki: dis. ... kand. filol. nauk* [Ergourbonyms as a New Kind of Urban Onomastics. Cand. philol. sci. diss.]. Yekaterinburg. 151 p.
- Kryukova I.V., 2004. *Reklamnoe imya: ot izobreteniya do pretседentnosti: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk* [Advertising Name: From Invention to Precedent. Dr. philol. sci. abs. diss.]. Volgograd. 40 p.
- Maksimov V.O., 2015. Russkiy familnyy antroponim kak svernutyy tekst i yego leksikograficheskoe opisaniye [Russian Family Anthroponym as a Collapsed Text and Its Lexicographic Description]. *Vestnik RUDN. Seria: Russkiy i inostranniy yazyki i metodika ikh prepodavaniya* [Bulletin of RUDN. Series of Russian and Foreign Languages and Methods of Their Teaching], no. 4, pp. 83-89.
- Nosenko N.V., 2007. *Nazvaniya gorodskikh obyektov Novosibirsk: strukturno-semanticheskiy i kommunikativno-pragmaticheskiy aspekt: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [The Proper Names of City Objects of Novosibirsk: Structural-Semantic and Communicative-Pragmatic Aspects. Cand. philol. sci. abs. diss.]. Novosibirsk. 22 p.
- Pozdnyakova E. Yu., 2021a. K voprosu o diskursivnoy teorii onomastiki [On the Question of the Discursive Theory of Onomastics]. *Kultura i tekst* [Culture and Text], no. 1 (44), pp. 245-261. DOI: 10.37386/2305-4077-2021-1-245-261
- Pozdnyakova E. Yu., 2021b. Eksperimentalnoye issledovaniye diskursivnogo polya imeni [Experimental Study of the Discursive Field of a Proper Name]. *Voprosy zhurnalistiki, yazykoznaniya, pedagogiki* [Issues in Journalism, Education, Linguistics], vol. 40, no. 4, pp. 534-544. DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-534-544
- Pozdnyakova E. Yu., 2022. Diskursivnyy eksperiment kak sposob aktualizatsii diskursa onima [Discursive Experiment as a Method of Onym Discourse Actualization]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 21, no. 5, pp. 155-166. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.5.14>
- Potebnya A.A., 1999. *Polnoye sobraniye trudov: Mysl i yazyk* [The Complete Works. Thought and Language]. Moscow, Labirint Publ. 300 p.
- Romanova T.P., 2020. Iventonim kak reklamno-informativnyy tip imeni sobstvennogo [Eventonym: A Specific Type of Advertising Proper Name]. *Voprosy onomastiki* [Problems of Onomastics], vol. 17, no. 2, pp. 220-240. DOI: 10.15826/vopr_onom.2020.17.2.025
- Rut M.E., 2008. *Obraznaya nominatsiya v russkoy onomastike* [Metaphorical Nomination in Russian Onomastic]. Moscow, URSS Publ. 192 p.
- Samsonova E.S. 2012. Kontseptsiiya ergonimov inoyazychnogo proiskhozhdeniia v kommunikativnom prostranstve goroda [The Conception of System of Ergonyms of Foreign Origin in the Communicative Space of the City]. *Vestnik nauki Sibiri* [Journal of Science of Siberia], no. 4 (5), pp. 247-251.
- Sposoby nominatsii v sovremennom russkom yazyke* [Methods of Nomination in modern Russian], 1982. Moscow, Nauka Publ. 298 p.
- Stepovaya O.A., 2014. Imia sobstvennoye kak svernutyy tekst: k postanovke problemy [Proper Name as a Collapsed Text: To the Problem Statement]. *Filologia i chelovek* [Philology and a Person], no. 4, pp. 127-130.
- Stepykin N.I., 2021. *Rechevoye deystviye kak psiholingvisticheskiy mekhanizm porozhdeniya i aktualizatsii smysla: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk* [Speech Action as a Psycholinguistic Mechanism of Generation and Actualization of Meaning. Dr. philol. sci. abs. diss.]. Moscow. 53 p.
- Superanskaya A.V., 1973. *Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo* [General Theory of Proper Name]. Moscow, Nauka Publ. 366 p.

Trifonova E.A., 2006. *Nazvaniya delovykh obyektov: semantika, pragmatika, poetika (na materiale russkikh i angliyskikh ergonimov)* [The Proper Names of Business Objects (On the Material of Russian and English Ergonyms. Cand. philol. sci. abs. diss.]. Volgograd. 18 p.

Shimkevich N.V., 2002. *Russkaya kommercheskaya ergonymia: pragmaticheskiy i lingvokulturologicheskiy aspekty: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Russian Commercial Ergonyms: Pragmatic, Linguistic and Cultural

Aspects. Cand. philol. sci. abs. diss.]. Yekaterinburg. 22 p.

Shcherbakova T.V., 2009. *Iskusstvennaya nominatsiya kommercheskikh predpriyatiy (na materiale tumenskikh naimenovaniy): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Artificial Nomination of Commercial Enterprises (On the Material of Tyumen Names). Cand. philol. sci. abs. diss.]. Tyumen. 23 p.

Yazykovaya nominatsiya: Vidy naimenovaniy [Language Nomination. Types of Names], 1977. Moscow, Nauka Publ. 359 p.

Information About the Author

Elena Yu. Pozdnyakova, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor, Department of Philosophy and Sociology, Polzunov Altai State Technical University, Prosp. Lenina, 46, 656038 Barnaul, Russia, helena_poz@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6239-5023>

Информация об авторе

Елена Юрьевна Позднякова, кандидат филологических наук, доцент кафедры философии и социологии, Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова, просп. Ленина, 46, 656038 г. Барнаул, Россия, helena_poz@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6239-5023>