



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.5.14>

UDC 81'373.2
LBC 81.053.16



Submitted: 10.07.2021
Accepted: 16.05.2022

DISCURSIVE EXPERIMENT AS A METHOD OF ONYM DISCOURSE ACTUALIZATION

Elena Yu. Pozdnyakova

Polzunov Altai State Technical University, Barnaul, Russia

Abstract. The article presents the description of the methodology of carrying out a discursive experiment as a consecutive study necessary for the expanding of a proper name discourse. Proceeding from the assumption that the proper name actualizes the onym discourse, the author put forward the following model of a discursive experiment: stage 1 – an associative experiment; stage 2 – dialogical text modelling; stage 3 – monological text modelling. The names of urban commercial objects (ergonyms) were selected as the material for the study. This group of onyms was chosen as one of the most frequently used in urban spatial discourse and functioning both in everyday and in institutional discourse. The associative experiment resulted in receiving the reactions, which represent the initial stage of onym discourse expanding. The derivational, paradigmatic and syntagmatic mechanisms were used at this stage. At the second stage, dialogical reactions were received. The communicative models of dialogue composition were conditionally divided into the models of opposition, comparison and dissemination. As a result of the third stage of the experiment, texts were received, mainly of a fantasy nature. The experiment proved that the proper name is not only an abridged text, but a compression of a variety of texts, which has the potential of unfolding in dynamics and creates a kind of discursive field of the onym.

Key words: discursive onomastics, discursive experiment, onym, proper name, text, discourse, associative experiment, linguistic experiment.

Citation. Pozdnyakova E. Yu. Discursive Experiment as a Method of Onym Discourse Actualization. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2022, vol. 21, no. 5, pp. 155-166. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.5.14>

УДК 81'373.2
ББК 81.053.16

Дата поступления статьи: 10.07.2021
Дата принятия статьи: 16.05.2022

ДИСКУРСИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ КАК СПОСОБ АКТУАЛИЗАЦИИ ДИСКУРСА ОНИМА

Елена Юрьевна Позднякова

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

Аннотация. В статье обоснована методика проведения дискурсивного эксперимента как поэтапного исследования, необходимого для развертывания дискурса имени собственного. Исходя из предположения, что оним актуализирует дискурс, стоящий за ним, автор разработал модель дискурсивного эксперимента: 1-й этап – ассоциативный эксперимент; 2-й этап – моделирование диалогического текста; 3-й этап – моделирование монологического текста. Материалом для апробации предложенной модели послужили наименования городских коммерческих объектов (эргонимы) как наиболее распространенная в городском пространственном дискурсе группа собственных имен, функционирующих и в быденном, и в институциональном дискурсах. В ходе ассоциативного эксперимента получены реакции, представляющие собой начальный этап развертывания дискурса онима. На данном этапе были задействованы деривационный, парадигматический и синтагматический механизмы. На втором этапе получены диалогические высказывания; коммуникативные модели построения диалога были условно разделены на модели противопоставления, сравнения и распространения. В результате 3-го этапа эксперимента были смоделированы тексты преимущественно фантазийного характера. Проведенный эксперимент доказал, что оним является не просто свернутым тек-

стом, а компрессией множества разнообразных текстов, в динамике обладающей потенциалом развертывания и создающей дискурсивное поле онима.

Ключевые слова: дискурсивная ономастика, дискурсивный эксперимент, оним, имя собственное, текст, дискурс, ассоциативный эксперимент, лингвистический эксперимент.

Цитирование. Позднякова Е. Ю. Дискурсивный эксперимент как способ актуализации дискурса онима // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2022. – Т. 21, № 5. – С. 155–166. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.5.14>

Введение

Смена научной парадигмы в лингвистике конца XX – начала XXI в., переход от системно-структурного подхода к функциональному, антропоцентрический поворот современной лингвистики позволили рассматривать язык не как абстрактный семиотический конструкт, а как совокупность процессов коммуникации, некий «язык в действии» [Кубрякова, 2000, с. 6], текст в процессе его функционирования. Все это привело к появлению новой парадигмы научных исследований – дискурс-анализу (*discourse analysis*, или *discourse studies*). Ключевым здесь становится понятие дискурса. Пришедшее в лингвистику из философии постмодернизма, оно по-разному толкуется языковедами. Так, Н.Д. Арутюнова определяет данный термин как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [Арутюнова]. По мнению ученого, дискурс – это речь, «погруженная в жизнь».

Т.А. ван Дейк, один из основоположников теории дискурса, связывает данное понятие с макроструктурами и определяет его как некий глобальный речевой акт, который складывается из последовательности речевых актов. Он пишет: «Конкретные речевые акты могут быть или относительно “самостоятельными” единицами коммуникации (ср. приветствия), или рассматриваться как нормальные условия, компоненты или элементы последовательности, образующие глобальный речевой акт» [Дейк, 2000, с. 36]. Трактовка понятия дискурса менялась на протяжении времени, как отмечают Ю.Н. Караулов и В.В. Пет-

ров, «с позиций современных подходов дискурс – это сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» [Караулов, Петров, 2000, с. 8]. Мы соглашаемся с А.А. Кибриком в том, что «предпочтительным является такое понимание термина “дискурс”, которое включает одновременно два компонента: и динамический процесс языковой деятельности, и ее результат (то есть текст)» [Кибрик, 2003, с. 10]. Подобная трактовка позволяет применять дискурс-анализ к исследованиям семантики и функционирования имени собственного, поскольку оним, с одной стороны, представляет собой результат номинативной деятельности создателя названия, некий текст-компрессив, а с другой – он погружен в коммуникативную деятельность говорящих и подлежит развертыванию в процессе их взаимодействия.

Исходя из высказанного еще Л.Н. Мурзиным и А.С. Штерн теоретического положения о том, что «одним из предельных сжатий текста можно считать его сведение до набора ключевых слов, который отражает некую ядерную цельность» [Мурзин, Штерн, 1991, с. 4], мы утверждаем, что собственное имя – это не только единица номинации, но и свернутый до одного слова (словосочетания) текст, который может быть развернут в языковом сознании говорящих. Оним вплетен в дискурсивную деятельность говорящих и во многом определяет, как будет разворачиваться дискурс. В триаде «оним – текст – дискурс» оним обладает наибольшей компрессией смысла, поскольку представляет собой результат свертывания разнообразных дискурсов как практик использования онима в текстах разных функциональных сфер. Если рассматривать дискурс-анализ как инструмент, с помощью которого становится возможным реконструи-

ровать замысел текста, исходные интенции, скрытые смыслы, транслируемые адресантом, и их влияние на понимание текста адресатом, то применительно к ониму дискурс-анализ поможет обозначить те компоненты смысла, которые воздействуют на восприятие онима, его интерпретацию адресатом, а также определить составляющие дискурсивного поля онима – тексты, влияющие на его апперцепцию.

Предлагаемый нами подход к изучению онима как единицы, обладающей свойством дискурсивности, характеризуется новизной, поскольку дает возможность рассмотреть оним с позиции адресата, воспринимающего его, во-первых, как погруженный в синхронно существующий дискурс, во-вторых, как вовлеченный в создание новых дискурсивных практик носителей языка. Подобные практики в современных исследованиях определяются как «социально устоявшиеся, конвенциональные и артикулируемые в речи действия по решению рекуррентных коммуникативных проблем и интенций в соответствующем лингвокультурном пространстве в сферах институционального и неинституционального общения» [Куликова, 2015, с. 10].

Мы утверждаем, что «собственное имя представляет собой свернутый до одного слова (словосочетания) текст, включающий... ключевые компоненты смысла, которые впоследствии, в процессе восприятия онима, могут быть развернуты и интерпретированы реципиентом (реципиентами), образуя при этом не один возможный текст, а множество текстов, составляющих в совокупности с исходным текстом и другими вербальными и невербальными компонентами коммуникации дискурсивное поле онима» [Позднякова, 2021, с. 251].

Целью статьи является обоснование и описание методики проведения дискурсивного эксперимента – исследовательской процедуры, направленной на развертывание дискурса имени собственного.

Методика проведения дискурсивного эксперимента

Основываясь на предположении, что имя актуализирует дискурс, стоящий за онимом, мы построили следующую модель экспери-

мента по включению имени собственного в процесс порождения дискурса:

1-й этап – ассоциативный эксперимент. Его результатом является набор ключевых слов, моделирующих концепт имени. Дискурс на данном этапе развертывается через ассоциативно-вербальную сеть, создающую ассоциативный фон имени.

2-й этап – моделирование диалогического текста. Результатом является конструируемая речь – заданный онимом диалогический дискурс.

3-й этап – моделирование монологического текста. Результатом являются смоделированные фантазийные монологические дискурсы, в которых разворачивается оним.

В качестве методов эксперимента, который был условно обозначен нами как дискурсивный, использовались метод свободного ассоциативного эксперимента (САЭ), метод лингвистического эксперимента, целью которого было развертывание диалогического дискурса (ЛЭ-1), метод лингвистического эксперимента, с помощью которого проходило моделирование фантазийного монологического текста (ЛЭ-2).

Материалом послужили наименования городских коммерческих объектов (эргонимы), как наиболее распространенная в городском пространственном дискурсе группа собственных имен, функционирующих как в быденном, так и в институциональном дискурсе. Эксперимент проводился в однородной по социолингвистическим параметрам аудитории, в качестве респондентов выступили студенты 1-го курса АлтГТУ им. И.И. Ползунова (170 чел.).

Результаты и обсуждение

Результаты свободного ассоциативного эксперимента

Первый этап исследования заключался в проведении ассоциативного эксперимента. Стимулами послужили 20 наименований коммерческих предприятий г. Барнаула, а именно: 10 названий магазинов и торговых центров (*Арена, Весна, Волна, Галактика, Лето, Магнит, Малина, Пчелка, Простор, Светофор*) и 10 названий предприятий ресторанной

сферы (*Асадор, Ганс, Иероглиф, Лукошко, Облепиха, Океан, Опера, Сова, Тициан, Черемушки*). Данные названия были получены методом случайной выборки, вид деятельности предприятия в анкете не был указан. Испытуемым предлагалось написать все возможные ассоциации, возникшие при восприятии указанных слов. В ходе эксперимента получено более 5 500 реакций, среди которых представлены как частотные (стереотипные) реакции, составляющие ядро ассоциативного поля онима, так и низкочастотные (единичные) реакции, отображающие его периферию. В 65 случаях отмечено отсутствие ассоциаций. Наиболее значимыми при описании ассоциативного поля онима признаются высокочастотные реакции, поскольку, как отмечает Е.Н. Гуц, «ядро (частотная часть) поля устойчиво во времени, содержит реакции, обладающие узуральными связями со словом-стимулом» [Гуц, 2005, с. 39].

Полученные реакции, в соответствии с классификацией Ю.Н. Караулова [Караулов, 1999, с. 108–109], разделены на пять групп, в зависимости от коммуникативных тактик: предикацию (в узком смысле – приписывание признака предмету), номинацию (в том числе дефиницию), локацию, оценку и пропозицию. Основываясь на данной классификации, мы выделили следующие типы оппозиций, реализуемых в реакциях испытуемых:

- а) атрибутивные – адвербиальные;
- б) номинативные – предикативные;
- в) локативные – темпоральные.

Кроме того, все полученные реакции разделены на нейтральные и оценочные, среди последних зафиксированы высказывания с позитивной и негативной оценкой.

Атрибутивные высказывания (какой?):

Арена – огромный.
 Асадор – желтый, испанский.
 Весна – красивая, мокрая, теплая.
 Волна – быстрая, высокая, голубая.
 Галактика – неизвестная, огромное, черный.
 Ганс – немецкий, умный.
 Иероглиф – древний, египетский, китайский.
 Лукошко – плетеное, старое.
 Магнит – большой, двухсторонний, красный, синий, сломанный.
 Малина – кислая, красная, розовая.
 Облепиха – кислая, колючая, оранжевая.

Океан – безграничный, бескрайний, неизведанный.

Опера – дорогой, интересная, мыльная.

Простор – масштабный, необъятное.

Пчелка – желтая, маленькая.

Светофор – высокий, оптовый, цветной.

Сова – ночная, умная.

Черемушки – белый, домашнее.

Адвербиальные высказывания (как?):

Асадор – неизвестно.

Весна – мимо нас.

Волна – красиво.

Галактика – необъятно.

Иероглиф – черным по глине.

Лето – жарко.

Малина – сладко, полезно.

Облепиха – вкусно, кисло, невкусно.

Океан – глубоко.

Простор – красиво.

Пчелка – больно, неприятно.

Светофор – дешево.

Номинативные высказывания (дефиниции и пояснения):

Арена – амфитеатр, площадь, постройка, ринг, театр, торговый центр.

Асадор – еда, вертел, гриль, кафе, магазин мужской одежды, ресторан, стейк-хаус.

Весна – запах, лужи, птицы, ручейки, солнце, торговый центр, трава, цветы.

Волна – лодка, магазин, океан, пляж, прилив, радио, серфинг, цунами, шторм.

Галактика – звезды, кинотеатр, космос, магазин, мир, планеты.

Ганс – Андерсен, бар, вывеска, имя, кафе, пиво, ресторан, сказочник, трактир.

Иероглиф – алфавит, буква, кухня, письмо, ресторан, рисунок, руны.

Лето – время года, каникулы, море, отдых, торговый центр.

Лукошко – бар, грибы, кафе, корзина, пирожки, ресторан, ягоды.

Магнит – магазин, притяжение, сувенир, супермаркет, физика.

Малина – варенье, куст, торговый центр.

Облепиха – варенье, гостиница, лекарство, масло, сок, столовая, ягода.

Океан – магазин, море, Тихий.

Опера – бар, клуб, музыка, спектакль, театр.

Простор – магазин, поле, свобода, торговый центр.

Пчелка – мед, труженик, магазин, шмель.

Светофор – магазин, регулировщик.

Сова – птица, филин, хищник.

Тициан – живописец, кофейня, ресторан, художник.

Черемушки – *деревня, кафе, конфеты, магазин, новостройки, остановка, район Барнаула, растение, столовая.*

Предикативные высказывания (словосочетания и предложения):

Арена – *арена, на которой сражались воины в древности; место для сражений гладиаторов.*

Асадор – *наездник на лошади.*

Весна – *прилетают птицы; природа просыпается; приятная атмосфера дождливости и цветения.*

Волна – *волна на море, на которой можно посерфить.*

Галактика – *множество планет и звезд, которые скопились в одном месте; торговый центр с любимыми магазинами.*

Ганс – *сгорел на Ленина; человек с пистолетом.*

Иероглиф – *ресторан японской кухни; специальный символ для передачи информации.*

Лето – *отдых на природе; поездки на мотоцикле.*

Лукошко – *деревянная корзинка, в которую собирают ягоды; котята в лукошке.*

Магнит – *кириешки по акции; магнит, который притягивается к железу; сувенир на холодильник; торговый центр, конкурирующий с Мария Ра.*

Малина – *маленькая розовая ежевика, из которой получается очень вкусное варенье; чай с вареньем.*

Облепиха – *место красивой фотографии; растет на кустах.*

Океан – *где-то бурный, а где-то спокойный; огромные корабли, которые везут груз.*

Опера – *огромный театр, где если не интересуешься искусством, то уснешь, и еще дорого.*

Простор – *чистое поле, где нет домов, людей, где чувствуешь себя свободным.*

Пчелка – *собирает мед.*

Светофор – *горит красным и зеленым.*

Сова – *какое-то ночное заведение; люди, которые не спят ночью; поворачивает голову на 360 градусов.*

Тициан – *что-то в античном стиле.*

Черемушки – *пирожки с черемухой.*

Локативные высказывания (где?):

Арена – *Греция, Рим, Спарта, торговый центр в Барнауле.*

Асадор – *Европа, Испания, Италия, рестораны в Барнауле, Япония.*

Галактика – *торговый центр в Барнауле.*

Ганс – *Бельгия, Британия, Германия, Европа, заведение в городе, Италия.*

Иероглиф – *Азия, Греция, Египет, Рим, Япония.*

Лукошко – *Белоруссия, Русь.*

Магнит – *у дома.*

Опера – *клуб в Барнауле, Сидней.*

Простор – *родные просторы Алтая.*

Черемушки – *Москва.*

Темпоральные высказывания (когда?):

Асадор – *ночь.*

Весна – *март.*

Лето – *рассвет.*

Лукошко – *лето, осень, старина.*

Малина – *лето.*

Облепиха – *лето.*

Опера – *вечер.*

Светофор – *вечер.*

Сова – *ночь, рассвет.*

Тициан – *античность, эпоха Возрождения.*

Черемушки – *детство.*

Позитивные оценочные высказывания:

Арена – *победа, слава.*

Асадор – *комфорт, красота, приятная музыка, уют.*

Весна – *легкость, радость, хорошее время года.*

Волна – *волна позитива, красота, успокоение.*

Галактика – *красота.*

Ганс – *веселье.*

Иероглиф – *красивый почерк, мудрость.*

Лето – *беззаботность, радость, свобода, хорошая погода.*

Малина – *лакомство, радость.*

Облепиха – *эйфория, счастье.*

Океан – *красота, радость, счастье.*

Опера – *красивая одежда, красота, развлечение.*

Простор – *искренность, комфорт.*

Пчелка – *красота, трудолюбие.*

Светофор – *безопасность.*

Тициан – *любовь, уют.*

Негативные оценочные высказывания:

Арена – *кровопролитие, резня, смерть.*

Весна – *апатия, усталость.*

Волна – *разруха, слезы, смерти, страх.*

Галактика – *коллапс, холод.*

Ганс – *фашист.*

Иероглиф – *каракули.*

Лукошко – *неряшливый человек.*

Облепиха – *противный.*

Океан – *страх.*

Опера – *отвращение.*

Пчелка – *опасность, страх.*

Светофор – *авария, предупреждение, смерть.*

Черемушки – *грязные дела, криминальный район.*

В результате САЭ были получены реакции, позволяющие моделировать концепт име-

ни, при этом ядерные ассоциации отражают стереотипные реакции, характеризующиеся повторяемостью и воспроизводимостью, а единичные реакции – личностные смыслы реципиентов. Дискурс на начальном этапе разворачивается через ассоциативно-вербальную сеть, которая «есть признанный способ субъективного интериоризованного существования лексики» [Караулов, 1993, с. 7]. Данная сеть создает ассоциативный фон имени, а сам оним представляется как некий «пучок смыслов», заключенный в языковую форму. Деятельность воспринимающего субъекта может быть рассмотрена как речемыслительная, нацеленная на разворачивание дискурса онима, причем процессы восприятия оказываются противоположно направленными процессам номинации. По справедливому замечанию Е.С. Кубряковой, «чтобы слово стало номинацией комплекса смутных идей, ассоциаций, представлений и т. п., оно должно быть “собрано” из неких идеальных семантических (содержательных) сущностей (признаков, множителей и т. д.). Однако, чтобы не остановить формирование мысли, а, напротив, стать толчком к ее дальнейшему развитию, оно должно тянуть за собой цепь новых ассоциаций и образов» [Кубрякова, 1986, с. 58–59]. Слово, как «собираемая сущность», становится «отправной точкой для дальнейшего разворачивания и мысли, и речи» [Кубрякова, 1986, с. 59].

Данный процесс можно представить в виде схемы (см. рисунок).

Если восприятие онима – это не только деятельность реципиента по раскодированию информации, заключенной в конкретной лексеме, а сложный когнитивный процесс извлечения смыслов из существующего дискурсивного поля имени, в ходе которого происходит

«просачивание» сквозь личностные смыслы каждого конкретного индивида, то объект восприятия – это не только энциклопедическое значение слова, а целый спектр ассоциаций и смыслов, как явных, так и скрытых – латентных, – но тем не менее воздействующих на ход коммуникации. Поэтапное (ступенчатое) разворачивание текста-дискурса из онима-компрессива сравнимо с речепорождением, оним при этом выступает в качестве ключевой лексемы, содержащей в свернутом, сжатом виде информацию, которая затем постепенно раскрывается в ходе коммуникации. Как отмечает Н.Н. Шпильная, «в процессе текстообразования мы передаем не сообщение, не информацию, а лексемы, служащие “точками входа” в те или иные коммуникативные фрагменты, хранимые в языковой памяти носителя языка и почему-л. ассоциирующимися с ними (лексемами)» [Шпильная, 2014, с. 321].

На первом этапе дискурсивного эксперимента разворачивания дискурса онима осуществляется посредством следующих механизмов:

1) **деривационный механизм** (включение онима в словообразовательные цепочки):

Малина – *малиновый цвет*; *малиновка*.

Магнит – *магнитик*, *магнетизм*.

Пчела – *пчеловод*.

Галактика – *метагалактика*.

Облепиха – *облепиховый сок*.

Волна – *радиоволна*.

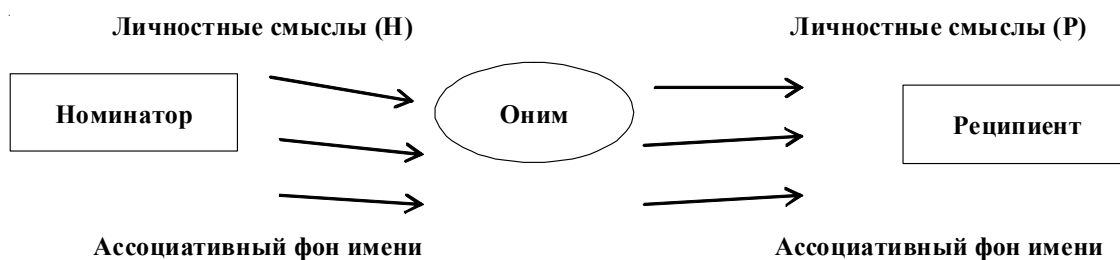
Черемухи – *черемуха*;

2) **парадигматический механизм** (включение онима в синонимические, антонимические, гиперо-гипонимические ряды):

Светофор – *устройство*, *регулирующий*, *магазин*.

Малина – *ягода*, *кустарник*, *куст*, *ТЦ*.

Волна – *вода*, *цунами*, *шторм*, *магазин*, *ТРЦ*, *Ашан*.



Разворачивание дискурса онима
Expanding of the onym discourse

Весна – осень, зима, время года, оттепель.
Пчелка – насекомое, труженик, оса, шмель, матка.

Магнит – катушка, динамик, предмет, притяжение.

Простор – широта, бесконечность, ширь, пустыня, торговый центр.

Галактика – вселенная, космос, Млечный путь, торговый центр.

Арена – цирк, сцена, амфитеатр, стадион, ринг.

Лукошко – семейное кафе, корзина, туесок, ведро.

Черемушки – ансамбль, микрорайон, ягода, дерево, облетиха;

3) синтагматический механизм (включение онима в словосочетание или предложение):

Светофор – бюджетный магазин; пешеходный переход; на высокой ножке; безопасный переход; регулирование движения на дорогах; жди, иди; регулирует движение транспортных средств и пешеходов.

Малина – вкусная ягода красного цвета; дорого можно продать; розовая ежевика, из которой получается очень вкусное варенье; красная и очень вкусная; растет у меня дома.

Лето – поездки на мотоцикле; немного дождика; хорошая погода; отдых на природе; жарко и не очень комфортно.

Волна – пляжные зонтики; можно долго за ними наблюдать; волна на море, на которой можно посерфить; вода набегаёт на берег.

Результаты первого этапа дискурсивного эксперимента показали, что оним представляет собой свернутый текст-дискурс, который имеет потенциал раскрытия в процессе коммуникации. При восприятии имени реципиент сначала актуализирует существующие в его языковом сознании отдельные лексемы, выстраивая ассоциативный ряд, рассматриваемый как ряд ключевых слов, по которым в дальнейшем возможно развертывание дискурса онима. Отметим, что на этом, дотекстовом, этапе большое значение имеют личностные смыслы воспринимающего субъекта, поскольку именно они порождают низкочастотные, субъективно-окрашенные ассоциации. Полученный ряд ключевых лексем дискурсивного поля онима представляется не случайным и хаотичным, а упорядоченным в соответствии с существующими системными отношениями в лексике. Так, в совокупности с

собственным именем полученные реакции образуют деривационные цепочки, встраиваются в парадигматический и синтагматический ряды, образуя при этом синонимические, антонимические, омонимические, гиперогипонимические парадигмы, а также синтагмы – словосочетания и предикативные конструкции – предложения.

Результаты

первого лингвистического эксперимента

Второй этап исследования заключался в проведении лингвистического эксперимента, направленного на развертывание диалогического дискурса (ЛЭ-1). Испытуемым предлагались анкеты, включавшие зачин диалогического высказывания (в 2 вариантах), которое необходимо было продолжить в свободной форме (в зачинах из анкет использовано всего 8 именованных). В результате было получено 268 диалогических высказываний.

Анкета 1 (вариант 1)

- Привет.
- Привет.
- А я вчера ходил в магазин «Мария Ра».
- Знаешь, я слышал, что этот магазин...
- Интересно, а мне говорили, что...

Анкета 1 (вариант 2)

- Привет.
- Привет.
- А я вчера ходил в торговый центр «Европа».
- Знаешь, я слышал, что этот магазин...
- Интересно, а мне говорили, что...

Анкета 2 (вариант 1)

- Привет.
- Привет.
- Ты иногда ходишь в кафе?
- Мне рассказывали о столовой «Пора покушать», что там...
- А я слышал, что трактир «Жили-Были»...
- А я еще бывал в кафе «Вилка-Ложка», и там...

Анкета 2 (вариант 2)

- Привет.
- Привет.
- Ты иногда ходишь в кафе?
- Мне рассказывали о баре «Пожарка», что там...
- А я слышал, что ресторан «Иероглиф»...
- А я еще бывал в ресторане «Ганс», и там...

Развертывание диалогического высказывания в ситуации, когда один и тот же ис-

пытуемый выступает в двух ролях – адресанта (инициатора высказывания) и адресата (отвечающего) – происходит в областях, связанных с когнитивной деятельностью реципиентов:

– **область оценки** (комментарийно-оценочные реплики):

Знаешь, я слышал, что этот магазин ужасен / хороший / востребованный / очень популярный / отличный / дорогой / не самый лучший для закупок и др.;

– **область фоновых знаний** (в том числе сообщение информации о времени работы, количестве сотрудников и др.):

работает до 23:00 / работает в штатном режиме / работает круглосуточно / уже насчитывает 18 000 сотрудников / он назван в честь Марии Ракишиной, матери основателя сети / этой сети магазинов уже открыто более 1 000 точек / они устраивают праздники / почти каждый день устраивает акции и др.;

– **область атрибуции** (признаковые высказывания):

самый дешевый / мультиассортиментный / с недорогими и качественными товарами / продуктовой / с фруктами и овощами / этот магазин низких цен и др.;

– **область событий** (включая состояние, локацию, действия):

есть в каждом уголке Барнаула / расположен в Алтайском крае / открыт / закрыт / поставляет просроченные товары / есть только на территории Алтайского края / этот магазин закрывается / поднимет цены на зарубежные продукты и др.

Дальнейшее развертывание диалогического дискурса происходит по следующим коммуникативным моделям:

а) противопоставления (*открыт / закрыт; имеет очень большой ассортимент / в Магните выбор больше; в котором все есть / что там ничего нет и др.*):

– А я вчера ходил в магазин «Мария Ра».
– Знаешь, я слышал, что этот магазин закрыт.
– Интересно, а мне говорили, что открыт;

– А я вчера ходил в магазин «Мария Ра».
– Знаешь, я слышал, что этот магазин принимает оплату даже с телефона.

– Интересно, а мне говорили, что принимает только наличными или картой;

б) сравнения (*с недорогими и качественными товарами / в «Ярче» дешевле; этот магазин не самый лучший для закупок / там есть неплохие продукты и др.*):

– А я вчера ходил в магазин «Мария Ра».

– Знаешь, я слышал, что этот магазин с недорогими и качественными товарами.

– Интересно, а мне говорили, что в «Ярче» дешевле;

– А я вчера ходил в магазин «Мария Ра».

– Знаешь, я слышал, что этот магазин не самый лучший для закупок.

– Интересно, а мне говорили, что там есть неплохие продукты;

– А я вчера ходил в магазин «Мария Ра».

– Знаешь, я слышал, что этот магазин имеет очень большой ассортимент.

– Интересно, а мне говорили, что в «Магните» выбор разнообразнее;

в) распространения – включения дополнительной информации, подробностей (*есть в каждом уголке Барнаула / он есть даже в Горном; этот магазин низких цен / там большой выбор товаров и др.*):

– Мне рассказывали о столовой «Пора покушать», что там были тараканы, и еда ничем не накрыта.

– А я слышал, что трактир «Жили-Были» очень плох в обслуживании.

– А я еще бывал в кафе «Вилка-Ложка», и мне попался волос в чашке;

– А я вчера ходил в магазин «Мария Ра».

– Знаешь, я слышал, что этот магазин есть в каждом уголке Барнаула.

– Интересно, а мне говорили, что он есть даже в Горном.

Результаты анализа полученного материала указывают на то, что развертывание диалогов происходит как приращение смыслов, при этом представлены как индивидуальные реакции-высказывания, построенные на личностных смыслах воспринимающих субъектов, так и стереотипные, повторяющиеся реакции, отражающие существующие в сознании реципиентов стереотипы. Продолжения диалогов различались по объему: от одного слова или словосочетания до целостной предикативной конструкции.

На данном этапе дискурс онима развивается до диалогического высказывания

и в целом до коммуникативного единства – диалога, построенного по моделям противопоставления, сравнения и распространения.

Результаты

второго лингвистического эксперимента

Третий этап исследования заключался в проведении лингвистического эксперимента, с помощью которого проходило моделирование фантазийного монологического текста-дискурса (ЛЭ-2). Испытуемым предлагалось написать текст в свободной форме. В качестве стимула были использованы 10 наименований предприятий ресторанной сферы г. Барнаула, отобранные методом случайной выборки, без указания на вид деятельности (*Асадор, Ганс, Иероглиф, Лукошко, Облепиха, Океан, Опера, Сова, Тициан, Черемушки*). Задание было сформулировано следующим образом: «Напишите текст в свободной форме, который может у вас появиться, когда вы идете по улице и видите на вывеске название: а) Лукошко, б) Асадор, в) Облепиха».

В результате получено около 300 текстов.

В нашей предыдущей работе дискурс, развертываемый на основе задействованных в эксперименте наименований, предложено назвать «фантазийным», поскольку в большинстве случаев реципиенты указывают, что не бывали в данных заведениях и не знакомы со сферой их деятельности. Такие фантазийные тексты могут быть четырех видов:

1) тексты, основанные на знании лексического значения слова, построенные на словарном либо энциклопедическом значении лексической единицы, используемой в качестве наименования коммерческого объекта, либо на общих социокультурных знаниях носителей языка;

2) тексты, построенные на ассоциативном фоне имени и сенсорных ощущениях (цвет, вкус, запах) реципиентов;

3) тексты гипотетического характера, представляющие собой результат когнитивно-рефлексирующей деятельности носителя языка и развертывающие текст вывески; чаще всего они построены как ответ на вопрос «Если это название на вывеске, то что за заведение это могло бы быть?»;

4) тексты прагматической направленности, связанные с жизненными интересами реципиентов (подробно см.: [Позднякова, 2021, с. 254]).

Дискурс, развертываемый на основе наименований коммерческих объектов, чаще всего построен на ассоциативном ряде и во многом дублирует ассоциативные реакции, это можно объяснить тем, что «многие имена так или иначе связаны с текстами, зачастую имеющими статус прецедентных, которые их породили, и в силу этого они (имена) могут служить отправной точкой для широкого спектра предсказуемых ассоциативных связей» [Красных, 2008, с. 57]. Например:

«Лукошко» – Ассоциируется с ягод-маркетом. В котором исключительно товары, собранные из лесов, а именно: ягоды, грибы, лекарственные травы. Ассортимент довольно широкий, так как по всей России множество различных лесов. Название очень заманчивое, я бы, несомненно, зашел бы в данный магазин.

«Опера» – Ассоциируется с оперным театром. Представляется звук флейты. Полный зал зрителей. Швейцары закрывают двери. Звонит звонок и начинается представление.

«Сова» – Ассоциируется с лесной чащей и рекой. Тихий берег. Кругом ни движения. Все замерло. Слышится писк комара, и крик совы нарушает тишину.

«Ганс» – Скорее всего, что-то связанное с Германией. Возможно, это небольшой ресторан немецкой кухни. Ганс – название миноносца (корабль такой). Это может быть связано со Второй мировой и посвящено немецкому флоту. Возможно, там представлены его обломки или какие-то бумаги, связанные с ним.

«Черемушки» – Если я вижу такую надпись, то первой ассоциацией становится какая-то база отдыха. Либо же это какой-то новый строящийся жилой район в городе. Также у меня это вызывает ассоциацию с названием магазина или автобусной остановки. Еще часто так называют деревни или другие малонаселенные места.

«Иероглиф» – «Иероглиф», когда проговариваешь это название, то сразу возникает образ Китая, Японии и других азиатских стран, так как именно в этих странах иероглифы используются для письменной речи. После представления стран появляется представление традиционной кухни (суши, роллы, различные острые супы, лапша в коробочках и другие блюда с перчинкой), а затем медленная и расслабляющая обстановка, призывающая медленно есть палочками и пить чай.

В приведенных примерах испытуемые сначала развернули дискурсивное поле онима до ассоциативного ряда, затем облекли его в текстовую форму. Отметим, что ассоциации и тексты-дискурсы принадлежат разным реципиентам, однако полученные ассоциативные ряды и тексты-дискурсы построены вокруг единого семантического ядра – значения каждого эргонима.

Вовлекаясь в коммуникативную ситуацию, имя собственное раскрывает свою дискурсивную природу, поскольку носитель языка, воспринимая его, актуализирует в своем сознании всю имеющуюся информацию, все тексты, связанные с данным онимом. Как отмечает В.Е. Чернявская, «адресат... имеет собственные коммуникативно-прагматические установки, собственные фоновые знания, заставляющие по-разному (вариативно) “мерцать” те или иные текстовые смыслы, заложенные в тексте и актуализированные так или иначе субъектом речи» [Чернявская, 2007, с. 311]. Процессы развертывания онима охватывают как его непосредственно наблюдаемую «действительность» – лексическое, энциклопедическое значение, социокультурный фон, так и то, что не подлежит непосредственному наблюдению и существует латентно в сознании носителей языка – ассоциации, сенсорные ощущения, связанные с именем, субъективный опыт индивидуума, его личные смыслы и пр.

Заключение

Проведенный дискурсивный эксперимент доказывает, что имя собственное выступает в качестве свернутого текста-основы, обладающего потенциалом развертывания: на первом этапе оним преобразуется в набор ключевых слов, представленных в виде ассоциативного ряда; на втором этапе – в диалогический дискурс, на третьем этапе – в монологический дискурс преимущественно фантазийной природы.

Имя собственное имеет двунаправленные связи с текстом: на этапе создания номинатор «вычерпывает смыслы» из всех актуальных для него текстов, сворачивая их в лексическую единицу (слово или словосочетание, иногда – предикативную конструкцию), и в

готовом виде вводит оним в узус и в ономастическое пространство. Наименование в процессе его апробации, адаптации и функционирования в дискурсе – институциональном и неинституциональном – подлежит интерпретации адресатом. При восприятии имени собственного последний актуализирует не только всю имеющуюся по поводу онима информацию (энциклопедическую, культурную, историческую, лексикографическую и пр.), но и интерпретирует имя в соответствии с собственными личностными смыслами, «пропускает» имя сквозь сетку своего понимания, оценивает номинацию и встраивает ее в новые тексты, создавая тем самым дискурсивное поле онима.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Арутюнова Н. Д. Дискурс. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=dict&termin=1083242>
- Гуц Е. Н., 2005. Психолингвистическое исследование языкового сознания подростка. Омск : Вариант-Омск. 260 с.
- Дейк Т. А. ван, 2000. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск : Благовещ. гуманитар. колледж им. И.А. Бодуэна де Куртенэ. 308 с.
- Караулов Ю. Н., 1993. Ассоциативная грамматика русского языка. М. : Рус. яз. 330 с.
- Караулов Ю. Н., 1999. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. М. : Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова РАН. 180 с.
- Караулов Ю. Н., Петров В. В., 2000. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск : Благовещ. гуманитар. колледж им. И.А. Бодуэна де Куртенэ. С. 5–11.
- Кибрик А. А., 2003. Анализ дискурса в когнитивной перспективе : дис. ... д-ра филол. наук. М. 90 с.
- Красных В. В., 2008. Единицы языка vs единицы дискурса и лингвокультуры (к вопросу о статусе прецедентных феноменов и стереотипов) // Вопросы психолингвистики. № 7. С. 53–58.
- Кубрякова Е. С., 1986. Номинативный аспект речевой деятельности. М. : Наука. 158 с.
- Кубрякова Е. С., 2000. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике (обзор) // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты : сб. обзоров. М. : Ин-т науч. информ. по обществ. наукам РАН. С. 5–13.
- Куликова Л. В., 2015. Введение. Современные дискурсивные практики : границы понятия // Дискурсивные практики современной

- институциональной коммуникации : коллектив. моногр. / под науч. ред. Л. В. Куликовой. Красноярск : Сиб. федер. ун-т. С. 9–11.
- Мурзин Л. Н., Штерн А. С., 1991. Текст и его восприятие. Свердловск : Изд-во Урал. ун-та. 172 с.
- Позднякова Е. Ю., 2021. К вопросу о дискурсивной теории ономастики // *Культура и текст*. № 1 (44). С. 245–261. DOI: 10.37386/2305-4077-2021-1-245-261
- Чернявская В. Е., 2007. Текст в когнитивно-дискурсивной парадигме. К вопросу о градуальном характере текстуальности // *Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований*. № 1. С. 303–314.
- Шпильная Н. Н., 2014. Лексема и текст (к вопросу о деривационной корреляции) // *Проблемы истории, филологии, культурологии*. № 3. С. 320–322.
- REFERENCES**
- Arutyunova N.D. *Diskurs* [Discourse]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=dict&termin=1083242>
- Guts E.N., 2005. *Psikholingvisticheskoye issledovaniye yazykovogo soznaniya podrostka* [Psycholinguistic Study of Language Consciousness of a Teenager]. Omsk, Variant-Omsk Publ. 260 p.
- Dijk T.A. van, 2000. *Yazyk. Poznaniye. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Blagoveshchensk, Blagoveshch. gumanit. kolledzh im. I.A. Baudouin de Courtenay. 308 p.
- Karaulov Yu.N., 1993. *Assotsiativnaya grammatika russkogo yazyka* [Associative Grammar of the Russian Language]. Moscow, Rus. yaz. Publ. 330 p.
- Karaulov Yu.N., 1999. *Aktivnaya grammatika i assotsiativno-verbalnaya set'* [The Active Grammar and Associative-Verbal Network]. Moscow, In-t rus. yaz. im. V.V. Vinogradova RAN. 180 p.
- Karaulov Yu.N., Petrov V., 2000. Ot grammatiki teksta k kognitivnoy teorii diskursa [From the Grammar of Text to the Cognitive Theory of Discourse]. Dijk T. van. *Yazyk. Poznaniye. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Blagoveshchensk, Blagoveshch. gumanit. kolledzh im. I.A. Baudouin de Courtenay, pp. 5-11.
- Kibrik A.A., 2003. *Analiz diskursa v kognitivnoy perspective: dis. ... d-ra filol. nauk* [The Analysis of Discourse in a Cognitive Perspective. Dr. philol. sci. diss.]. Moscow. 90 p.
- Krasnykh V.V., 2008. Edinitsy yazyka vs edinitsy diskursa i lingvokultury (k voprosu o statusе pretsedentnykh fenomenov i stereotipov) [Units of Language vs Units of Discourse and Linguoculture (On the Question of the Status of Precedent Phenomena and Stereotypes)]. *Voprosy psikholingvistiki* [Questions of Psycholinguistics], no. 7, pp. 53-58.
- Kubryakova E.S., 1986. *Nominativnyy aspekt rechevoy deyatelnosti* [The Nominative Aspect of Speech Activity]. Moscow, Nauka Publ. 158 p.
- Kubryakova E.S., 2000. O ponyatiyakh diskursa i diskursivnogo analiza v sovremennoy lingvistike (obzor) [On the Concepts of Discourse and Discursive Analysis in Modern Linguistics (Review)]. *Diskurs, rech', rechevaya deyatelnost: funktsionalnyie i strukturnyye aspekty: sb. obzorov* [Discourse, Speech, Speech Activity: Functional and Structural Aspects. A Collection of Reviews]. Moscow, In-t nauch. inform. po sots. naukam RAN, pp. 5-13.
- Kulikova L.V., 2015. Vvedeniye. Sovremennyye diskursivnyie praktiki: granitsy ponyatiya [Introduction. Modern Discursive Practices: Boundaries of the Concept]. Kulikova L.V., ed. *Diskursivnyie praktiki sovremennoy institutsionalnoy kommunikatsii: kolektiv. monogr.* [Discursive Practices of Modern Institutional Communication. Monograph]. Krasnoyarsk, Sib. feder. un-t, pp. 9-11.
- Murzin L.N., Shtern A.S., 1991. *Tekst i yego vospriyatiye* [The Text and Its Perception]. Sverdlovsk, Ural. un-t Publ. 172 p.
- Pozdnyakova E.Yu., 2021. 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
- Chernyavskaya V.E., 2007. Tekst v kognitivno-diskursivnoy paradijme. K voprosu o gradualnom kharaktere tekstualnosti [Text in the Cognitive-Discursive Paradigm. On the Question of the Graduated Nature of Textuality]. *Acta Linguistica Petropolitana. Trudy Instituta Lingvisticheskikh issledovaniy* [Acta Linguistica Petropolitana. Proceedings of the Institute of Linguistic Research], no. 1, pp. 303-314.
- Shpilnaya N.N., 2014. Leksema i tekst (k voprosu o derivatsionnoy korrelyatsii) [Lexeme and Text (On the Question of Derivational Correlation)]. *Problemy istorii, filologii, kulturologii* [The Problems of History, Philology and Culturology], no. 3, pp. 320-322.

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>