

Отзыв официального оппонента
о диссертации Овсянниковой Ксении Владимировны
«Особенности номинации предприятий общественного питания (на
примере коммерческих названий г. Воронежа и г. Москвы)» (Воронеж, 2016),
представленной на соискание ученой степени кандидата филологических
наук по специальности 10.02.01 – русский язык

Диссертационная работа Ксении Владимировны Овсянниковой представляет собой *самостоятельное научное исследование*, выполненное в рамках ономазиологии (теории номинации) и лингвистической прагматики, и направлено на изучение общих закономерностей образования языковых номинативных единиц онимного пространства г.Москвы и г.Воронежа, а также результатов взаимодействия человеческого мышления, языка и действительности в процессах коммерческой номинации.

Исследование проводилось *на материале* наименований предприятий общественного питания и включает более 2 тысяч языковых единиц, извлеченных из ресурсов Интернета, газет, журналов, телевидения, а также зафиксированных методом непосредственного наблюдения.

Актуальность темы, которой посвящено диссертационное сочинение, не вызывает сомнений: эргонимы, как и любые лексические единицы, живо реагируют на все явления, происходящие в окружающей действительности, в результате чего оказываются регистраторами событий, имевших место в общественной жизни, и, несомненно, нуждаются в лингвистическом изучении. Вместе с тем, необходимость формирования научно обоснованных принципов номинативной политики в этой области общественной жизни обусловлена увеличением негативных тенденций в языковом оформлении российских городов. Автор научной работы справедливо указывает: «...проблема коммерческой номинации как средства речевого воздействия на сознание потенциального потребителя в последние годы одно из важных мест в лингвистических и лингвопрагматических исследованиях» (с.5).

Достижение цели, которую ставит диссертант: выявление общих тенденций и региональных особенностей коммерческой номинации гг. Воронежа и Москвы, - является значимым в теоретическом и практическом планах. В этой связи диссертационная работа К.В. Овсянниковой способствует расширению научных представлений о тенденциях образования коммерческих номинаций, специфике номинаций предприятий общественного питания (при сопоставительном анализе коммерческих номинаций двух административных центров) и их воздействии на целевую аудиторию, а также имеет существенную *теоретическую ценность*.

Практическая значимость исследования является несомненной. Результаты работы могут быть включены в программы вузовских лингвистических дисциплин и использованы для подготовки лекций и спецкурсов по ономастике, прагмалингвистике, речевому воздействию, а также при разработке практических рекомендаций по созданию эффективных коммерческих названий.

Если говорить о *новизне* данного диссертационного проекта, то следует отметить, что впервые в отечественной лингвистической науке системному комплексному анализу в рамках одного исследования подвергаются названия предприятий общественного питания не только с точки зрения особенностей номинирования, но и особенностей их воздействия на аудиторию, а также проводится комплексный сопоставительный анализ данной группы эргонимов в столичном (Москва) и крупном периферийном (Воронеж) административных центрах.

В диссертационном исследовании продемонстрировано хорошее знание трудов представителей отечественной академической науки (напр., работы по семантике, теории языка и ономастике, теории коммуникации, речевой деятельности и речевого воздействия и др.), что позволяет автору выстроить серьезную научную концепцию и выбрать оптимальную для дальнейшего исследования заявленной проблемы *методологию*, в основе которой лежат принципы современного лингвистического и лингвопрагматического анализа текстов. В качестве основных в работе используются *методы* синхронного описания и лингвистического интервьюирования, а также сопоставительный и статистический методы.

Достоверность и достаточная степень *обоснованности* научных положений и выводов, сформулированных в настоящем исследовании, обеспечивается рассмотрением достаточно объемного и разнообразного материала, использованием традиционной лингвистической методологии, адаптированных к задачам и материалу рассматриваемой диссертации, опорой на лучшие достижения отечественной лингвистики.

Композиция настоящей работы отвечает академическим традициям. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы. Композиционную составляющую отличает четкая, логичная структура и ясные аргументированные теоретические обобщения в конце глав и в заключении.

Во *Введении* автор обосновывает актуальность темы, дает краткую характеристику ее изученности, формулирует цель диссертационной работы и перечисляет задачи, которые нужно решить для достижения этой цели. Наиболее репрезентативными из поставленных в исследовании задач

Практическая значимость исследования является несомненной. Результаты работы могут быть включены в программы вузовских лингвистических дисциплин и использованы для подготовки лекций и спецкурсов по ономастике, прагмалингвистике, речевому воздействию, а также при разработке практических рекомендаций по созданию эффективных коммерческих названий.

Если говорить о *новизне* данного диссертационного проекта, то следует отметить, что впервые в отечественной лингвистической науке системному комплексному анализу в рамках одного исследования подвергаются названия предприятий общественного питания не только с точки зрения особенностей номинирования, но и особенностей их воздействия на аудиторию, а также проводится комплексный сопоставительный анализ данной группы эргонимов в столичном (Москва) и крупном периферийном (Воронеж) административных центрах.

В диссертационном исследовании продемонстрировано хорошее знание трудов представителей отечественной академической науки (напр., работы по семантике, теории языка и ономастике, теории коммуникации, речевой деятельности и речевого воздействия и др.), что позволяет автору выстроить серьезную научную концепцию и выбрать оптимальную для дальнейшего исследования заявленной проблемы *методологию*, в основе которой лежат принципы современного лингвистического и лингвопрагматического анализа текстов. В качестве основных в работе используются *методы* синхронного описания и лингвистического интервьюирования, а также сопоставительный и статистический методы.

Достоверность и достаточная степень *обоснованности* научных положений и выводов, сформулированных в настоящем исследовании, обеспечивается рассмотрением достаточно объемного и разнообразного материала, использованием традиционной лингвистической методологии, адаптированных к задачам и материалу рассматриваемой диссертации, опорой на лучшие достижения отечественной лингвистики.

Композиция настоящей работы отвечает академическим традициям. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы. Композиционную составляющую отличает четкая, логичная структура и ясные аргументированные теоретические обобщения в конце глав и в заключении.

Во *Введении* автор обосновывает актуальность темы, дает краткую характеристику ее изученности, формулирует цель диссертационной работы и перечисляет задачи, которые нужно решить для достижения этой цели. Наиболее репрезентативными из поставленных в исследовании задач

являются следующие: проанализировать и сопоставить семантику, грамматические и графические особенности наименований предприятий общественного питания в г. Воронеже и г. Москве; выявить прагматический потенциал названий предприятий общественного питания г. Воронежа и г. Москвы. Во Введении также сообщены сведения об объекте и предмете исследования и материале, подвергшемся анализу, сформулированы (с. 8 – 9) положения, выносимые на защиту. Избрав объектом своего исследования наименования предприятий общественного питания двух российских городов, К.В. Овсянникова осуществляет комплексное сопоставительное синхронно-лингвистическое исследование.

Первая глава «Наименование коммерческих предприятий как объект лингвистического исследования» посвящена ретроспективному анализу теории номинации. В этой главе дается анализ существующих в научной литературе по теории языка точек зрения на понятие «номинация». Автор справедливо отмечает: «Номинация – это очень сложный речемыслительный процесс, основная цель которого – включить в процесс концептуализации и категоризации опыта все номинативные средства языка и показать, как человек создает языковую картину мира» (с.20). Диссертант анализирует мнения исследователей по проблемам первичной и вторичной номинации, номинационных техник и приемов, прагматических особенностей эргонимов.

Вместе с тем, здесь определяется авторская позиция по вопросам, касающимся определения понятия «коммерческая номинация» и ее специфических особенностей (с. 21-22). К.В. Овсянникова вводит понятие ономастического поля и справедливо указывает на его системность.

Во *второй главе «Сопоставительный анализ наименований предприятий общественного питания г. Москвы и г. Воронежа»* исследуется специфика современных наименований предприятий общественного питания и предлагается сравнительный анализ грамматических и структурно-семантических особенностей эргонимов двух российских городов. Много новой интересной информации представлено в разделах работы, посвященных описанию особенностей современных эргонимов как средства повышения информативности и выразительности рекламного текста.

Одним из достоинств проведенного исследования, несомненно, является глубокий семантический анализ наименований предприятий общественного питания, проведенный на основе характера мотивации и тематической отнесенности языковых единиц.

Третья глава «Психолингвистический анализ номинаций предприятий общественного питания гг. Воронежа и Москвы» посвящена описанию особенностей номинаций предприятий общественного питания гг. Воронежа

и Москвы с точки зрения возможностей воздействия на аудиторию и формирования информативного рекламного текста. К.В. Овсянникова делает вполне обоснованный вывод о большей информативности и большем прагматическом потенциале наименований воронежских коммерческих объектов.

В *Заключении* подводятся итоги исследования и подробно излагаются основные его результаты. Представленные результаты анализа являются важными с точки зрения характеристики эргонимов городов современной России.

Список литературы включает 226 наименований.

Обобщим ряд несомненных *достоинств* рецензируемой диссертации.

1. Опора на конкретный языковой материал (взятый из текстов Интернет-изданий, российских газет и журналов, а также полученный методом непосредственного наблюдения) дала возможность автору осуществить детальное и всестороннее описание специфики номинаций предприятий общественного питания на современном этапе их формирования и развития.

2. Автор диссертации не ограничивается описанием тематических групп, являющихся важнейшими среди наименований предприятий общественного питания, но и анализирует семантические, грамматические и графические особенности языковых единиц, формирующих подобные эргонимы.

3. Безусловную значимость имеет проведенный диссертантом психолингвистический эксперимент, направленный на осмысление лингвопрагматических аспектов современных российских коммерческих номинаций, который позволил сделать вывод о различиях в объеме их прагматической нагрузки.

4. Диссертантом освоено значительное количество специальной литературы, посвященной изучению теории ономастики. Кроме того, для характеристики современных эргонимов К.В. Овсянникова привлекает работы по теории коммуникации, речевой деятельности и речевого воздействия.

5. Диссертант провел большую работу, связанную с количественными подсчетами, характеризующими частотность употребления тех или иных языковых единиц. Все выводы в работе сопровождаются количественными данными, а различия языковых явлений указываются в процентном соотношении.

При этом диссертант проявляет качества, свидетельствующие о самостоятельности и культуре ее профессионального мышления: уважительность к мнению предшественников и современников; достаточную

и при этом аргументированную критичность по отношению к иным точкам зрения на изучаемый предмет и к интерпретации тех или иных теоретических понятий, а также экономность в изложении чужих мнений и уместность цитирования работ других авторов.

Указанные достоинства диссертации К.В. Овсянниковой дают основание утверждать, что перед нами лингвистическое исследование, выполненное на высоком профессиональном уровне, являющееся определенным вкладом в развитие современной отечественной русистики.

Выскажу некоторые *критические замечания* по поводу текста диссертации.

1. На стр. 31 автор использует понятие «эргонимическое поле», указывает на его системность и говорит о его компонентах, в частности об эргорекламонемах. Хотелось бы уточнить, какие компоненты и на каких основаниях образуют ядро поля, а какие – входят в периферийную часть?

2. В некоторых случаях можно отметить перегруженность разделов работы информацией, непосредственно не связанной с проблематикой исследования (см., напр., на стр.41 информация об истории прагматики).

3. Неясной для рецензента оказался подборка используемых словарей русского языка: Словарь русского языка Евгеньевой (1999), Словарь русского языка Д.Н. Ушакова и Словарь Т.Ф. Ефремовой (2000).

4. На стр. 72 работы говорится об идеологической функции, которую выполняют эргорекламонеми. Хотелось бы получить ответ на вопрос: как может быть реализована идеологическая функция в коммерческих номинациях?

5. Можно ли объяснить преобладание в г. Воронеже номинаций, мотивированных названиями алкогольных напитков? Если – да, то какими факторами?

6. Насколько оправданными, с Вашей точки зрения, являются номинации: кафе «Ботаника», бар «Вирус», ресторан «Грабли», кафе «Слюда», кафе-бар «Абзац»- и каков их прагматический потенциал? Какие наименования являются наиболее выразительными?

7. Каково Ваше отношение к номинациям, в которых наблюдается сочетание кириллицы и латинского шрифта, типа Zazеркалье, ОстроWok, ХлебоSoul и др.? Эти примеры, на Ваш взгляд, демонстрируют нарушения языковых норм или могут рассматриваться как безобидный рекламный ход, т.н. прием языковой игры?

Подытоживая рассмотрение диссертационного исследования К.В. Овсянниковой, следует сказать, что высказанные замечания касаются, как это вполне очевидно, частных и никак не могут повлиять на общую высокую

оценку данного диссертационного исследования. Эта диссертация является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задач, имеющих весьма существенное значение для современной отечественной русистики.

Диссертационная работа К.В.Овсянниковой «Особенности номинации предприятий общественного питания (на примере коммерческих названий г. Воронежа и г. Москвы)» должна быть признана соответствующей требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям (то есть соответствующей п.9 «Положения о присуждении ученых степеней» ВАК РФ, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842, и Паспорту специальности 10.02.01- русский язык), а ее автор Ксения Владимировна Овсянникова, несомненно, заслуживающей присуждения ей ученой степени кандидата филологических наук по заявленной специальности.

Публикации по теме диссертации вполне достаточны, автореферат диссертационной работы в полной мере отражает ее содержание.

Официальный оппонент – доктор филологических наук, доцент
кафедры русского языка, современной русской
и зарубежной литературы гуманитарного факультета
Воронежского государственного педагогического университета
Заварзина Галина Анатольевна

394077, г. Воронеж, ул. Жукова, д.12, кв. 149

Тел.: 8-950-777-55-08

E-mail: zga1311@mail.ru

7.12.2016г.



Подпись *Заварзиной Т.А.* заверяю
директор
УОУ ВО «ВГУ»
И.С. Полякова
20__ года

ЗГ