

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научной работе  
ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет  
им. И.А. Бунина»

канд. филол. наук, доцент

Галина Николаевна Попова



« 28 »

2016 г.

### ОТЗЫВ

ведущей организации

о диссертации Овсянниковой Ксении Владимировны

**«Особенности номинации предприятий общественного питания (на  
примере коммерческих названий г. Воронежа и г. Москвы)»**,

представленной на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

по специальности 10.02.01 – Русский язык

(Воронеж, 2016)

Для антропоцентрической парадигмы современного языкознания характерно повышенное внимание к вопросам взаимодействия языка и деятельности человека. В русле данной проблематики выполнена и рецензируемая диссертация, посвященная исследованию номинаций предприятий общественного питания в двух городах – Москве и Воронеже. Выбор в качестве объекта исследования эргонимов определенного типа на определенной территории вполне оправдан, так как позволяет собрать достаточное количества материала и проанализировать его в сопоставительном аспекте. Тем самым углубляются сведения о функционировании коммерческих номинаций и выявляются закономерности процессов нейминга предприятий общественного питания столичного

мегаполиса и крупного центра Черноземья. Это определяет антропоцентрический характер исследования и составляет его **актуальность**.

Для написания научной работы подобного рода от автора потребовались теоретические знания в ономастике, лингвокультурологии, прагмалингвистике, теории номинации, а также энциклопедические познания в самых различных областях – географии, истории, литературе и т.п. Кроме того, было необходимо привлечение большого эмпирического материала, проведение его детального анализа, в том числе в сопоставительном плане.

Текст работы и содержащиеся в нем ссылки указывают на знакомство автора с достижениями отечественного и зарубежного языковедения. К.В. Овсянникова проводит тщательный содержательный анализ большого количества современных наименований учреждений общепита Воронежа и Москвы, осуществляет их многоуровневую, разностороннюю классификацию и последовательно проводит функционально-семантическое описание выявленных типов эргонимов.

Во Введении к диссертации сформулированы цель и задачи исследования, представлено авторское рефлексивное понимание актуальности и новизны работы, выдвинута гипотеза, обозначены основные положения, намечена научная цель и отражены исследовательские задачи.

Общую композицию работы отличает в целом логическая непротиворечивость и тематическая стройность.

Первая глава «Наименование коммерческих предприятий как объект лингвистического исследования» отражает проработку теоретических источников, широкий научный кругозор и лингвистическую эрудицию диссертанта, что и определяет основы исследования номинаций предприятий общественного питания. Их лингвистические особенности, подчеркивает диссертант, связаны с экстралингвистическими факторами, так как данные онимы относятся к наименованиям деловых объединений людей, преследуют коммерческие цели и направлены на достижение коммерческого эффекта. На основе изложенного автор диссертационного сочинения делает

основополагающий для последующего анализа эргонимов вывод: «Использование тех или иных языковых единиц с целью реализации прагматической установки рекламного текста обусловлено прежде всего особенностями того вида рекламы, в рамках которого создается данный текст» (с.49).

В Главе II «Сопоставительный анализ наименований предприятий общественного питания г. Москвы и г. Воронежа» сходства и отличия процессов номинации выявляются по трем параметрам: семантика, грамматические особенности, графическое оформление, которые, на наш взгляд, в целом определяют комплексность исследования.

Выделив номинации, мотивированные лексическими единицами денотативной сферы «Природа», а также номинации с неясной семантикой, диссертант придает первостепенное значение денотативной сфере "Человек", которая детализируется 12 подгруппами. Их подробный анализ и сопоставление приводит к выводу: «Тематические группы номинаций и их прагматические функции в основном совпадают» (с. 126). Затем исследователь обращается к анализу грамматического и графического аспектов номинаций, который тоже показывает «общие тенденции, проявляющиеся в использовании одних и тех же способов создания коммерческого названия и пропорциональности количественного соотношения данных способов в нейминге обоих городов» (с. 145), что вполне логично объясняется автором диссертации общностью прагматических функций данных номинаций.

В главе III «Психолингвистический анализ номинаций предприятий общественного питания г. Воронежа и г. Москвы» прагматический потенциал названий предприятий питания выявляется уже экспериментальными методами. Результаты опроса предъявляются в таблицах, что придает выводам этой главы особую математическую объективность, хотя и другие выводы по главам, главам и в Заключение чаще всего следует признать обоснованными.

Достоверность результатов диссертационного исследования базируется

- на серьезном теоретическом фундаменте, определяемом трудами крупнейших исследователей, к которым диссертант обращается (в том числе представителей Воронежской научной школы), о чем свидетельствует материал теоретической главы и библиографический список в 226 наименований научных источников;

- на репрезентативном материале (взяты 2430 наименований предприятий общественного питания г. Воронежа и г. Москвы в количестве 2004 московских наименований и 426 воронежских);

- методах его исследования (синхронно-описательном; сопоставительном, психолингвистическом методе лингвистического интервьюирования), среди которых есть как традиционные, так и инновационные; используемые в целом логично и последовательно, они обеспечивают самой работе целостность и методологическое единство.

**Научная новизна** диссертации обусловлена, с одной стороны, тематикой языкового корпуса онимических единиц, так как данный материал еще не становился объектом специального исследования; с другой стороны, междисциплинарным характером его анализа, проводимого в русле лингвокультурологии, прагмалингвистики, психолингвистики.

Исследование представляет научный интерес как в теоретическом, так и в практическом плане. **Теоретическая значимость** работы состоит в том, что она расширяет векторы исследований имен собственных, а именно – своеобразия эргонимических единиц современного города как системы, отражающей 1) речевую культуру общества в ее современном состоянии; 2) закономерности функционирования онимов в прагматическом аспекте.

**Практическая значимость** обусловлена возможностью применения результатов исследования при изучении вопросов прагмалингвистики, теории и практики рекламы, а также при чтении специальных курсов по региональной ономастике и даже в лингвострановедении. Кроме того, данная работа может послужить основой для создания «Словаря коммерческой

номинации», который, несомненно, будет востребован как в лингвистической, так и во внелингвистической среде.

Четкость изложения, которая достигается ясной репрезентацией семантического аспекта исследования, и логическая структура составляют безусловные достоинства работы.

Личный вклад соискателя в развитие лингвистической науки мы усматриваем не только в тщательной обработке значительного объема эмпирического материала. Показателен сам выбор в качестве предмета исследования именовании кафе, ресторанов, баров. Узкая, на первый взгляд, тема предстает в диссертации глубоко разработанной и насквозь антропоцентричной. Это живой срез языка эпохи "развитого" общественного питания, когда данная сфера услуг стремительно развивается, а вместе с ней так же стремительно развивается и ее подъязык, требующий своего изучения. К.В. Овсянникова дает разностороннее описание этого подъязыка, классифицирует, упорядочивает и систематизирует его единицы в координатах семантики, грамматики, графики, выявляя тем самым широкий круг структурно-семантических, номинативно-мотивационных и функциональных характеристик коммерческих номинаций, обозначенных темой диссертации.

Коснемся наших замечаний и пожеланий.

1. Высоко оценивая проведенную детализацию семантических признаков, обуславливающих процесс номинации, мы отмечаем недостаточное, на наш взгляд, внимание к их смысловой многоплановости, без которой эргорекламомин перестает быть таковым. Так, на с. 126 именование кафе-бара «Стелька» отнесено к номинациям, мотивированным существительными сферы "Одежда, мода и стиль". Да, стелька – составная часть нашей обуви, однако здесь мотивировка идет от фразеологизма «быть в стельку пьяным» со всеми вытекающими отсюда «завлекательными» для посетителей бара смыслами. Подобных примеров можно увидеть достаточно. Семантическое наслоение отличает и графические элементы. На с. 144

говорится о графической приписке "ру": «метод создания имени, заимствованный номинаторами из Интернет-пространства, привлекает внимание к тому, что данные заведения русские» (клуб "Куда. ру", ресторан "Сафари. ru"), однако семантика элемента все же шире смысловой отсылки к «русскому» и, несомненно, связана с языковой игрой.

2. Опираясь на статистические методы, диссертант в определенных фрагментах работы отказывается от подсчета процентного соотношения примеров, относящихся к московской и воронежской коммерческой зоне. Их изначальная «неравновесность» объяснима геополитическими характеристиками городов, и подсчет процента примеров от их количества в том или другом городе придавал бы большую объективность выводам. Так, на с. 94 говорится: «На основании полученных данных можно сделать вывод, что в г. Москве среди наименований предприятий общественного питания, представляющих имена собственные, наиболее широко представлена группа номинаций, восходящих к топонимам (304 н.). Менее распространенной, но тем не менее достаточно широко представленной является группа антропонимов (274 н.). В г. Воронеже **ситуация противоположная:** преобладают антропонимы с количественным преимуществом в 4 названия (61 н. и 57 н. соответственно)». Если перевести названные количества в процент от общего числа, то видим, что 304 топонима Москвы составляют 15,11% от общего московского количества примеров, 57 топонимов Воронежа – 13,4%, 274 антропонима Москвы составляют 13,7%, а 61 антропоним Воронежа – 14,3%. Это доказывает наличие общей тенденции, а не противоположной ситуации.

3. При рассмотрении графических особенностей наименований диссертант задается вопросом о том, почему реже используется латиница по сравнению с кириллицей (с. 141), хотя **логичнее** было бы дать объяснение самому факту использования латиницы, так как, согласно Конституции РФ, русский язык является государственным на территории этих городов.

4. При анализе способа образования необходимо было бы различать способ именованя исходного слова, ставшего основой для эргонима, и собственно эргонима, так как без этого аббревиатуры: *ресторан "Планета льда"* (аббревиатура и расшифровка одновременно), *кафе-бар "СССР"* (с. 139) и т.п. попадают в один ряд.

Данные замечания не снижают научных достоинств работы. К.В. Овсянниковой впервые проведено основательное исследование коммерческих номинаций организаций общественного питания двух городов России – Москвы и Воронежа. Этим автор диссертации вносит существенный вклад в изучение языка города в целом и языка коммуникации между номинаторами и посетителями учреждений общественного питания в частности, то есть в изучение языка в новом антропоцентрическом аспекте, открывает перспективу рассмотрения с этих позиций других тематических эргонимов во всем их разнообразии.

Автореферат и 10 опубликованных работ (3 из них в реферируемых научных изданиях) соответствуют теме и содержанию диссертации.

Все вышеизложенное позволяет заключить, что диссертация «Особенности номинации предприятий общественного питания (на примере коммерческих названий г. Воронежа и г. Москвы)» представляет собой научно-квалификационную работу, которая содержит решение задачи, имеющей существенное значение для изучения русского языка, соответствует требованиям п. 9-11 «Положения о присуждении учёных степеней», утверждённого Постановлением правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842, и паспорту специальности 10.02.01 – русский язык, а её автор Овсянникова Ксения Владимировна заслуживает присуждения искомой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Отзыв составлен доктором филологических наук, профессором О.А. Мещеряковой, обсужден и утвержден на заседании кафедры русского языка, методики его преподавания и документоведения ФГБОУ ВО «Елецкий

государственный университет им. И.А. Бунина» 28 ноября 2016 года,  
протокол № 4.

Составитель отзыва:

доктор филологических наук,  
профессор кафедры русского языка,  
методики его преподавания  
и документоведения Федерального государственного  
бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования  
«Елецкий государственный университет  
им. И.А. Бунина»

Аленц

О.А. Мещерякова

Заведующий кафедрой  
русского языка,  
методики его преподавания  
и документоведения Федерального государственного  
бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования  
«Елецкий государственный университет  
им. И.А. Бунина», доктор филологических наук,  
профессор

Свиридова

Т.М. Свиридова

399770 г. Елец, Липецкой обл.,  
ул. Коммунаров, д. 28.1;  
тел.(47467) 2-21-93  
e-mail: main@elsu.ru  
www.elsu.ru

