

ОТЗЫВ

официального оппонента о диссертации
Врублевской Оксаны Валентиновны
«Языковая мода в русской ономастике»,
представленной к защите на соискание ученой степени
доктора филологических наук по научной специальности
10.02.01 – русский язык (Волгоград, 2017 г. – 430 с.)

Развитие и эволюция языка осознаются как прямое отражение глубинных изменений в социуме, трансформации политико-экономического строя и народно-хозяйственных отношений, то есть определяются в первую очередь факторами экстралингвистического порядка. Безусловно, исследование коммуникативной природы языка с учетом возрастающей роли личностного начала является актуальной и важной задачей в связи с расширением сфер использования языка, в которых наблюдаются динамические процессы преобразований, отвечающих условиям формирования среды социокультурного феномена.

Внимание к прагматике в данном аспекте позволяет не только рассмотреть такое явление, как языковая мода, но и выявить внутреннюю специфику смежных отношений, в большой мере зависимых от человеческого фактора, в целом определяющего вектор развития русского языка на современном этапе. В связи с этим не вызывает сомнения обоснованность постановки проблемы автором рецензируемого исследования.

Лингвокреативные процессы и тенденции в сфере искусственной номинации в ономастике, изучению которых посвящена диссертация О.В. Врублевской, нацеливают исследователя и на постановку такого важного с точки зрения методологии лингвофилософского вопроса, как соотношение формы и содержания: в какой степени в рамках номинативной ситуации имени собственного план выражения может и /или должен отражать план содержания?

Актуальность избранной диссертантом темы совершенно очевидна: она связана с необходимостью осмысления языковой моды в целом и современного имянаречения в ономастике в частности. Исследование функционирования языка в этой сфере его употребления представляется особенно значимым, поскольку представляет сведения о функциональном потенциале языка, продуктивности отдельных его компонентов на современном этапе развития и выявляет модели создания модного онима и его закрепления и продвижения среди носителей языка.

О.В. Врублевская обращается к изучению признаков имен собственных, значимых для определения свойств модного проприатива, модных номинативных тенденций в ономастике и модного онимоупотребления. Избранный для анализа чрезвычайно обширный материал – 7600 антропонимов, 15150 единиц других ономастических

разрядов, 300 анкет информантов, свыше 1000 контекстов употребления онимов, цель работы, связанная с изучением проявления языковой моды в ситуациях выбора, изобретения и употребления имен собственных, поставленные задачи (стр. 8-9) позволили диссертанту сформулировать исходную гипотезу, согласно которой имена собственные обладают всеми признаками модного объекта, модный выбор имени в ситуации имянаречения ребенка и модное изобретение названий в разных сферах человеческой жизнедеятельности отражают номинативные тенденции, формирующие ономастическую моду в русской лингвокультуре, а модное ономоупотребление становится частью модного речевого поведения носителей языка. Использование современных и адекватных поставленной цели и задачам методов комплексной обработки исходной информации обеспечивает достоверность наблюдений и результата анализа языковых фактов. Избранный подход к изучению явлений социономастики, разработка методики анализа языковых фактов, ориентированность на установление общих закономерностей и тенденций демонстрируют полное *соответствие паспорту* заявленной *научной специальности 10.02.01 – русский язык*.

Личный вклад соискателя состоит в том, что предлагаемые теоретические постулаты, выработанные подходы к интерпретации материала и сделанные выводы, получившие серьезную апробацию в публикациях (в том числе 17 статей в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ), обладают *научной новизной*: О.В. Врублевская впервые представляет определение языковой моды в ономастике; ею разработана модель создания модного онима и его продвижения в социуме; в работе охарактеризованы зоны активности языковой моды в ономастическом пространстве современного русского языка; новой является разработанная диссертантом комплексная методика анализа модного выбора и изобретения имен собственных в горизонтальном и вертикальном измерениях. Несомненную новизну исследования составляют выявленные диссертантом модные тенденции выбора личного имени и изобретения модных названий, относящихся к именам собственным разных разрядов, а также представленные особенности модного ономоупотребления как части модного речевого поведения носителей языка.

Диссертационное исследование О.В. Врублевской отличается свободой научного мышления, обоснованными рассуждениями и обобщениями, свидетельствующими о несомненной глубине филологической подготовки соискателя, умении аналитически подходить к изложению разных точек зрения и способности формулировать собственный взгляд по тому или иному вопросу.

Аргументированно и весьма подробно сформулированы соискателем *положения, выносимые на защиту* (стр.13-17). Поскольку на доказательстве этих положений основывается защита диссертации, полагаем целесообразным сосредоточить своё внимание на их анализе. Следует

отметить, что в работе доказательство того или иного положения нередко распределено по всему тексту работы, что позволяет автору рассмотреть анализируемый материал с разных позиций, а это, безусловно, является одним из достоинств работы.

В первом положении О.В. Врублевская предлагает авторское определение ономастической моды, под которой понимаются «меняющиеся во времени стандарты выбора, изобретения и употребления имен собственных, интегрирующие массовые вкусовые предпочтения, которые доминируют в данном социуме» (стр. 13), обусловленные экстралингвистическими факторами (социальными и психологическими) и причинами внутриязыкового характера.

Это положение раскрывается в основном в п.п 1.3.1 и 1.3.2 первой главы работы «Мода как объект междисциплинарного исследования» (стр. 49 и далее). Сопоставляя точки зрения ученых, диссертант уточняет предложенные определения языковой моды, акцентируя внимание на критерии модного объекта: современность, универсальность, демонстративность, стилистическая маркированность. Заслуживает внимания предложенная автором модель модного слова (стр. 64), в которой разграничиваются облигаторные и факультативные признаки. Полагаем закономерным вопрос, *в каком соотношении применительно к нарицательной лексике находятся понятия «модное слово» и «ключевое слово текущего момента», признаки которых во многом идентичны? И здесь же: синонимичны ли термины «мода» и «тренд», «мода» и «популярность»?*

Во втором положении исследователь доказывает, что основные признаки модных имен и названий, основанные на атрибутивных ценностях моды, могут быть выявлены при их исследовании в горизонтальном и вертикальном измерениях. Эксплицируя признаки модного слова на имя собственное и одновременно доказывая четвертое положение, выносимое на защиту, О.В. Врублевская делает вывод, в соответствии с которым онимы могут обнаруживать в себе все признаки модного объекта (стр. 76), на основе чего представляет модель создания модного имени: после создания номинативной ситуации – к атрибутивным (внутренним) ценностям моды – далее к номинативным тенденциям – после этого к номинативному поведению имядателя – и в результате создание модного имени / модной номинативной тенденции. Предложенная на стр. 77 модель создания модного имени вызывает в связи с этим вопрос: *возможно ли (если да, на основе каких признаков) отождествлять модное имя как проявление особенного с модной номинативной тенденцией как проявлением целого?* Диссертант, анализируя обширный языковой материал, определяет фазы продвижения ономастической моды в социуме: формирование модных стандартов – их распространение – оценка модных стандартов потребителями – модное поведение потребителей, выражающееся в модном выборе, изобретении или употреблении имен собственных. Подобная последовательность заставляет

задуматься: *может ли распространение модного стандарта предшествовать оценке со стороны потребителей? А если эта оценка будет отрицательной, можно ли говорить о распространении имени?*

Третье положение предполагает доказательство того, что имена собственные не являются однородными в проявлении языковой моды. На основании такого признака, как постоянная эволюция состава и формы онимов в связи с изменениями в социально-экономической, политической и культурной жизни общества и на основании трансформации представлений носителей языка, диссертант справедливо выделяет зону повышенной активности проприативов, к которой относит личные имена, псевдонимы, никнеймы, названия внутригородских объектов и рекламные имена. О.В. Врублевская утверждает, что в ономастическом поле выделяются ядерные и периферийные единицы (стр. 76), *однако не проясняются релевантные признаки, по которым определяются конститuentы ядра и периферии ономастического поля*, поскольку в качестве такового назван только один признак экстралингвистического характера – реакция на внешние изменения, но не обозначаются признаки внутрилингвистического порядка, если таковые, безусловно, выявлены автором. Раскрывая шестое положение о проявлении модного изобретения в антропонимии в ситуации самоназывания при создании сценических псевдонимов и никнеймов и наличии общих для данных имен модных тенденций, несвойственных традиционным антропонимам и характерным в основном для рекламной номинации, в п. 2.3 «Антропонимическая периферия: модное изобретение» диссертант моделирует структуру поля антропонимии, в состав которой входят ядро (личные имена), околядерное пространство (отчества и фамилии), сфера ближней периферии (псевдонимы по модели «личное имя + фамилия, личное имя»), сфера дальней периферии (псевдонимы – онимизированные апеллятивы, апеллятивно-онимические и апеллятивно-апеллятивные сочетания), сфера крайней периферии (псевдонимы аббревиатурного типа, псевдонимы на основе графической игры и др.), из чего можно сделать вывод, что конститuentы поля разграничиваются в зависимости от структуры онима. Анализ языковых фактов убедительно доказывает центробежные силы в антропонимической периферии: признаки модности сильнее всего проявляются в сферах дальней и крайней периферии (стр. 173).

В пятом положении автор предполагает, что модный выбор в антропонимии проявляется в ситуации наречения ребенка именем, выделяя три группы личных имен: модные имена настоящего периода, традиционные имена и традиционные имена с признаками модного имени – и отмечая общероссийские модные тенденции: возвращение древних славянских имен и забытых христианских имен, использование заимствованных имен, образование личных имен от нарицательных субстантивов, наречение двойным именем, а также краткими формами имен в качестве официальных. Данное положение рассматривается в главе второй «Языковая мода в

антропонимии» и убедительно доказывается как подробным анализом данных отделов ЗАГСов о статистике имен новорожденных по разным регионам РФ, так и результатами проведенного О.В. Врублевской психолингвистического эксперимента. На наш взгляд, в данном случае диссертант не избежал внутреннего противоречия: говоря о демонстративности как об одном из признаков модных имен, автор приводит следующие примеры демонстративных имен: Аляска (стр. 124), Демида (стр. 125), Радомир (стр. 126), Люцифер (стр. 127) и пр. *Можно ли эти и подобные им имена считать модными на основе признака демонстративности или же наречение ими ребенка является исключительно способом привлечения внимания окружающих, но отнюдь не модой?*

В седьмом положении, на наш взгляд несколько перегруженным и могущим быть сформулированным более лаконично, утверждается, что модное изобретение в сфере рекламной номинации, формирующей номинативный облик современного города, отражает общие модные тенденции: появление патриотических и ностальгических рекламных имен, использование в составе рекламных имен притяжательных местоимений, создание антропоцентрических названий. Различия в модных тенденциях у рекламных имен автор обуславливает формированием новой группы эргонимов, ориентированных на современные стиль жизни и реалии, сокращением доли эпатажных эргонимов и увеличением подобных прагматонимов, нарастанием западноориентированных эргонимов. О.В. Врублевская характеризует и новый класс имен собственных – названия жилых комплексов, – использование которых в языке рекламы обуславливает формирование модных тенденций, традиционных для рекламной номинации. Данное положение раскрывается в главе третьей «Языковая мода в рекламной номинации». Безусловно ценным является наблюдение автора о появлении нового разряда урбанонимов, который носит рекламный характер, что не характерно для традиционно выделяемых названиях внутригородских объектов, особенность которых заключается в указании на топографичность. *На наш взгляд, при анализе языкового материала обнаруживаются некоторые неточности. Вряд ли наименование жилого комплекса «еЖИВИка» (стр. 211) можно отнести к тематической группе «Фруктово-ягодные названия», поскольку выделение прописными буквами форманта ЖИВИ свидетельствует, скорее всего, об образовании от глагола «жить» и положительной интенции хорошей жизни в новом жилье.*

В восьмом положении утверждается, что модное изобретение в сфере рекламной номинации, представляющей продукты интеллектуальной деятельности (гемеронимы и геортонимы) отражает две тенденции: с одной стороны, использование отадресатных названий с притяжательными местоимениями, популярных в первые годы советского периода, а также отадресатных названий, получивших номинацию на основе языковой игры, а с другой – создание западноориентированных названий, сохраняющих актуальность на современном этапе развития языка. На широком массиве

фактов и с применением адекватных методов исследования диссертант выстраивает структуру поля геортонимии (стр. 292), однако *по непонятным причинам подобному моделированию почему-то не подвергались гемеронимы*, что, безусловно, только бы усилило доказательную базу работы.

Девятое положение предполагает, что модное ономоупотребление трактуется как современный, массовый и престижный выбор формы имени в определенных коммуникативных ситуациях, рассматриваемое как составная часть модного речевого поведения современного носителя языка, что детерминировано влиянием глобализации и распространением эстетики постмодернизма. В данном случае подкупает умение диссертанта развертывать анализ базовых положений и подтверждающих их примеров, предлагая различие использования онимов в вокативной функции, где используется полная форма имени и зоной активности языковой моды становятся имена, полная форма которых невозможна без отчества, и презентационной функции, где двучленная форма имени в результате воздействия западноевропейской культуры пришла на смену традиционной русской трехчленной формуле имени. Небезынттересным представляется и рассмотрение онимов, образованных в процессе языковой игры, что, безусловно, доказывает «высокий градус лингвокреативности» (термин Е.А. Ремчуковой) имен собственных.

Теоретически значимыми являются представленное в работе авторское определение ономастической моды, выделенные и подробно охарактеризованные диссертантом признаки модного проприатива, методика анализа модного ономоупотребления, сопряженная с уточнением понятий «языковая мода», «языковое сознание», «номинативная ситуация», «речевое поведение», разработка отдельных вопросов теории социоономастики.

Практическая значимость рецензируемой диссертации видится в том, что основные положения исследования и сделанные выводы могут быть использованы в учебном процессе – вузовских курсах социальной философии, лексикологии современного русского языка, социолингвистики, лингвокультурологии, в специальных дисциплинах по проблемам социоономастики, психоономастики, стилистике текста. Результаты работы рекомендуются для применения в практике при создании и редактировании рекламных текстов, рассчитанных на разные виды воздействия и сферы профессиональной деятельности человека, при выборе личного имени и псевдонима, при формировании городского ономастического ландшафта.

Вышеперечисленные вопросы и высказанные замечания, выделенные в тексте отзыва курсивом, не снижают достоинств целостного и оригинального исследования О.В. Врублевской, содержащего изложение нового материала и значимых результатов, которые вносят значительный вклад в развитие русистики. Полученные диссертантом выводы имеют большое собственно лингвистическое и социально-культурное значение, поскольку существенно расширяют исследовательские техники изучения ономастических явлений.

О.В. Врублевская демонстрирует в своем исследовании высокое научное мастерство, умение находить оригинальные подходы и решения к фундаментальным вопросам языкознания. Публикации, как и автореферат, полностью отражают содержание диссертационной работы.

Таким образом, диссертация «Языковая мода в русской ономастике» представляет собой научно-квалификационную работу, которая соответствует критериям, установленным в пп. 9-11, 13-14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации о порядке присуждения ученых степеней от 24 сентября 2013 г. № 842, а ее автор – Врублевская Оксана Валентиновна – заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык

Официальный оппонент –
доктор филологических наук
(10.02.01 – русский язык), доцент,
заведующий кафедрой русской филологии
ФГАОУ ВО «Волгоградский
государственный университет»

Ильин Дмитрий Юрьевич

26.11.2017 г.

Контактная информация:
Ильин Дмитрий Юрьевич
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Волгоградский государственный университет»
Адрес: 400062 г. Волгоград, пр. Университетский, 100
Тел. раб.: (8442)-46-02-68
e-mail: dilyin99@mail.ru; dilyin@volsu.ru
Официальный сайт организации: <http://www.volsu.ru>



Подпись Ильин ДЮ _____
_____ заверяю
Ученый секретарь федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Волгоградский государственный университет»
Лисовская Н.В. Лисовская
20/11/17

Список основных публикаций официального оппонента доктора
филологических наук, доцента Д.Ю. Ильина
по теме диссертации Врублевской Оксаны Валентиновны
«Языковая мода в русской ономастике»,
представленной на соискание ученой степени
доктора филологических наук
по специальности 10.02.01 – русский язык

1. Ильин, Д.Ю. Лингвоэкологический подход к изучению региональной топонимики / Д.Ю. Ильин // Экология языка и речи: материалы Междунар. науч. конф. – Тамбов: Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2012. – С. 309-312.

2. Ильин, Д.Ю. Топозффектор как катализатор изменений в функциональной семантике топонимических единиц / Д.Ю. Ильин // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. «Языкознание» - 2012. - № 1 (15). – С. 61–67.

3. Ильин, Д.Ю. Функциональные особенности семантики ойконимических наименований регионального топонимикона / Д.Ю. Ильин, А.Ю. Рыженко // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. «Языкознание». – 2013. – № 2. – С. 8–14.

4. Ильин, Д.Ю. Динамические процессы в региональном топонимиконе / Д.Ю. Ильин // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. «Языкознание». – 2013. – № 3. – С. 63–69.

5. Ильин, Д.Ю. Функции топонимических единиц в газетных текстах / Д.Ю. Ильин // Проблемы лингвистического краеведения: материалы Всеросс. науч.-практ. конф., посвящ. 80-летию доцента каф. рус.яз. К.Н. Прокошевой. – Пермь: Изд-во ПГГПУ, 2014. – С. 73-79.

6. Ильин, Д.Ю. Теоретические основы построения словаря-справочника региональной топонимики / Д.Ю. Ильин, Е.Г. Сидорова // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. «Языкознание». – 2014. – № 3. – С. 7–16.

7. Ильин, Д.Ю. Переименования в региональном топонимиконе / Д.Ю. Ильин // Историческая разметка пространства и времени: материалы семинара, проведенного при поддержке Фонда Ф. Эберта. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2014. – С. 59–67.

8. Ильин, Д.Ю. Топонимикой полиэтнического региона: формирование и функционирование / Д.Ю. Ильин // Антропогенная трансформация геопространства: история и современность: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2015. – С. 539–544.

9. Ильин, Д.Ю. Факторы унификации в топонимическом пространстве региона / Д.Ю.Ильин // Научное наследие академика В.И. Борковского и современная русская словесность: материалы Междунар. науч. конф. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2015. – С. 139-145.

10. Ильин, Д.Ю. Топонимические наименования Волгоградской области: функционально-семантические и ортологические особенности: учебно-методическое пособие / Д.Ю. Ильин, Е.Г. Сидорова. – Волгоград: изд-во ВолГУ, 2015. – 86 с.

11. Ильин, Д.Ю. Национально-культурная специфика топонимов Волгоградской области и ее отражение в языке СМИ / Д.Ю. Ильин // Литературная журналистика как ресурс формирования социокультурного пространства региона (на материале волгоградских СМИ): коллект. моногр. / Под общ. ред. О.Г. Шильниковой. – Волгоград: изд-во ВолГУ, 2015. – 426 с.

12. Ильин, Д.Ю. Полевая организация функционально-семантического единства топонимов / Д.Ю. Ильин // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. – 2016. – № 5. – С. 215–221.

13. Ильин, Д.Ю. Региональные топонимические названия в туристическом дискурсе / Д.Ю. Ильин // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. «Языкознание». – 2016. – Т. 15. – № 4. – С. 152–158.

14. Ильин, Д.Ю. Региональные географические названия в модально-оценочном восприятии носителей языка / Д.Ю. Ильин // Категория модальности в речевой коммуникации: сб. науч. тр. – Калининград: Изд-во БФУ им. И. Канта, 2016. – С. 134–139.

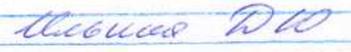
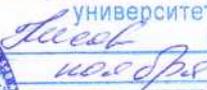
15. Ильин, Д.Ю. Образование катойконимов: проблемы и противоречия системы, нормы и узуса / Д.Ю. Ильин // Культура русской речи (Гротовские чтения) / V Международная научная конференция. – М., 2017. – С. 42.

Официальный оппонент –
доктор филологических наук
(10.02.01 – русский язык), доцент,
заведующий кафедрой русской филологии
ФГАОУ ВО «Волгоградский
государственный университет»

Ильин Дмитрий Юрьевич

26.11.2017 г.

Контактная информация:
Ильин Дмитрий Юрьевич
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Волгоградский государственный университет»
Адрес: 400062 г. Волгоград, пр. Университетский, 100
Тел. раб.: (8442)-46-02-68
e-mail: dilyin99@mail.ru; dilyin@volsu.ru
Официальный сайт организации: <http://www.volsu.ru>

Подпись  _____
_____ заверяю
Ученый секретарь федерального
государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования
«Волгоградский государственный
университет»
 Н.В. Лисовская
_____ 2018 г.

