

О т з ы в
официального оппонента
о диссертационном исследовании
Врублевской Оксаны Валентиновны
«Языковая мода в русской ономастике»,
представленном на соискание ученой степени доктора филологических наук
по специальности 10.02.01 – русский язык (Волгоград, 2017 г., 430с.)

Очевидно, что развитие современной русистики определяют междисциплинарные концептуальные исследования, в которых находит отражение многогранность индивидуальных и коллективных форм речевой деятельности в единстве определяющих ее экстралингвистических и собственно лингвистических факторов. Одной из важнейших и творческих ее форм является номинативная деятельность, направленная на «выбор, изобретение и употребление имен собственных» (с. 8), описание которой в аспекте языковой моды представлено в диссертации О.В. Врублевской.

В то же время «количественный» рост исследований, претендующих на концептуальность, сопряжен, по словам А.А. Кибрика, со «значительной неупорядоченностью и фрагментарностью». Однако это замечание ни в коей мере нельзя отнести к рецензируемой работе: она отличается структурной (четыре главы и Приложения) и содержательной (четкая взаимосвязь и последовательность этих глав) цельностью, широтой представленного материала и глубиной осмысления тех активных языковых процессов и речевых практик, которые, собственно, и обеспечивают динамическое развитие современного ономастического пространства – как его центра, так и, что важно подчеркнуть, периферии.

Кроме того, **актуальность** данной работы определяется и востребованностью в русистике таких фундаментальных исследований, в которых теоретическая проблематика соотносится с практическими задачами лингвистического анализа, с одной стороны, и проблематикой смежных гуманитарных наук – с другой. Именно такой подход успешно реализован в диссертации: глубокий анализ номинативных тенденций, формирующих ономастическую моду в русской лингвокультуре, сопряжен с обсуждением

проблем философии, культурологии, социологии, психолингвистики, когнитологии, что позволяет осмыслить феномен языковой моды не только в ономастике, но и за ее пределами в контексте современного гуманитарного знания. Такая «многослойность» научного интертекста, смоделированного в работе, представляется функциональной и продуктивной.

И, наконец, работа, безусловно, **актуальна** с точки зрения интересов самой ономатологии. Можно отметить неослабевающее внимание всего международного сообщества к ономастическим, в частности, социономастическим, проблемам: в последние годы (2010-2017) выделился новый цикл международных конференций «Nameand Naming» (центром в Румынии под руководством Oliviu Felecan), которые проходят регулярно и способствуют развитию ономатологии как самостоятельной науки.

Кроме того, масштабность диссертации и ее **научная новизна** определяются объемом и качественным разнообразием исследуемого **материала**(с. 9). К анализу привлекаются онимы разных разрядов: антропонимы включают в себя такие актуальные единицы современного языка, как псевдонимы и никнеймы; коммерческие онимы представлены в работе эргонимами, прагматонимами и урбанонимами, а также товарными знаками, а номинация в интеллектуальной сфере – названиями газет и журналов и торжественных мероприятий.

Такое качественное разнообразие материала, представленного в диссертации, показывает более широкий взгляд русистики на объем онимов: в международных исследованиях проблемы нейминга рассматриваются преимущественно на примере антропонимов, топонимов и брендов (при этом урбанонимы не выделены в особый класс). В диссертации же анализ онимов встраивается в широкий контекст активно формирующегося буквально на наших глазах периферийного ономастического пространства, которое все больше привлекает внимание ономатологов, поскольку здесь обнаруживаются свойства, нехарактерные для прототипических онимов.

Но прежде всего **научная новизна** исследования состоит в том фокусе, который собирает в единое целое весь этот разнообразный и богатый

материал, цементирует его, с одной стороны, в единое целое (современное ономастическое пространство), с другой, дифференцирует по принципу выбора, изобретения или употребления имени собственного. Этот фокус – языковая мода, феномен которой **впервые** рассматривается по отношению к ономастике, что позволило представить модель создания модного онима, выявить зоны его активности и модные тенденции его выбора и употребления.

Научная ценность работы, безусловно, выходит за рамки языковой моды в ономастике, так как в **Первой** главе диссертации (*Мода как объект междисциплинарного исследования*), написанной в традиционном для первой главы жанре *abovo*, феномен моды рассматривается последовательно и скрупулезно в философии, социологии, филологии (литературоведении) и, наконец, в основном для исследования – социолингвистическом аспекте. При этом следует отметить, что с научной точки зрения взгляд исследователя не смещается полностью на междисциплинарность, благодаря чему собственно филологическая часть главы содержит много ценных наблюдений. Отметим, например, обзор модных литературных жанров, выявление признаков так называемых «модных» слов; описание имен собственных как модного объекта и др.

Кроме того, **научной ценностью** для ономастики обладает важный для упорядочивания ее терминологического аппарата обзор основных разрядов онимов с определением их ценности (на основании их функций) в качестве «модного» объекта. Вне зоны активности языковой моды справедливо остаются ойконимы, при этом урбанонимы (некоммерческие и коммерческие) как бурно развивающийся класс онимов, напротив, находятся в зоне повышенной активности (стр. 73); кроме того, такие объекты, как жилые комплексы справедливо отнесены к урбанонимам, а не к эргонимам.

Вторая глава (*Языковая мода в антропонимии*) полностью посвящена номинативной ситуации в антропонимии, в которой сопоставлены (и противопоставлены) проблема модного выбора – для центра антропонимии, и модного изобретения – для его периферии, к которой автор справедливо

относит псевдонимы (проанализировано 300 единиц) и никнеймы (3300 единиц). Как нам представляется, эта глава диссертации потребовала сбора и анализа самого сложного (даже в количественном отношении) материала, но результатом этой большой работы явились рейтинги модных и немодных имен, интересный и познавательный и для лингвистического сообщества сравнительный анализ состава и частотности личных имен не только в аспекте синхронии, но и частично диахронии, некоторые исторические «сюжеты» из жизни личных имен, значимых для русской культуры (например, имени *Светлана* с. 121), новообразования определенных временных срезов.

Анализ по «вертикали» и «горизонтали», подкрепленный статистическими данными и выборочным диахроническим анализом, позволили диссертанту получить убедительные **научные результаты**. Отметим предложенную здесь **методику** «восстановления речевого высказывания» (см. экспериментальное исследование модных личных имен). Психолингвистический эксперимент (2.2.2.2.) предполагал оценку модного имени испытуемыми, т.е. был направлен на исследование ономастического сознания носителей определенной лингвокультуры (с. 139-154).

Исследование периферии ономастического пространства, начатое во второй главе в сфере «самоназывания», продолжается и расширяется в **третьей главе** («*Языковая мода в рекламной номинации*»), объектом которой являются разряды онимов, объединенные автором по признаку принадлежности к «рекламному имени» и модной активности: в городском пространстве (урбанонимы, эргонимы, прагматонимы), а в сфере интеллектуальной деятельности – гемеронимы и геортонимы. Последние в современной русистике исследованы, очевидно, в наименьшей степени среди указанных онимов. Выбор именно этих разрядов не вызывает возражений: все они обладают общими особенностями в заданном фокусе языковой моды, вызывают интерес не только ономатологов, но и русистов – исследователей игровых, или креативных, стратегий и тактик современной русской речи.

Лингвистическое описание, представленное здесь, начинается с характеристик той «периферии», к которой относятся все анализируемые разряды за пределами традиционных личных имен, **актуальные** (и это убедительно продемонстрировано в работе) не только с точки зрения моды, но и в более широком семиологическом и культурологическом контексте. Последовательный анализ единиц периферии ономастики обнаруживает ее полиморфность и изменчивость, а также свойства, нехарактерные для прототипических онимов.

Отметим, что анализ разрядов не является изолированным: они не только объединяются общими признаками (например, «патриотизм» и «ностальгия»), но и сопоставляются с точки зрения модных тенденций (например, по признаку эпатажности, обусловленности этих тенденций модным образом жизни и др.). И на материале **третьей главы** (в группе эргонимов как «важной части языка русского города» с. 243-252) продолжается авторский эксперимент по методике «дополнения высказывания», что также свидетельствует о **методологической** последовательности и содержательном единстве всех частей работы.

Представленное в **третьей главе** описание «рекламных имен», которые предполагают не выбор, а «изобретение», а значит, «допускают и свободное обращение с языковым материалом» (добавим: в том числе и в русле креативных интенций номинатора), логически приводит автора к завершающей части исследования – **главе четвертой** (*Модное ономоупотребление*), в которой она возвращается к анализу имен собственных, но уже с точки зрения особенностей их употребления в современных массмедиа.

Лингвокультурологическая ценность данной главы определяется обращением к феномену современной *массовой культуры* в аспекте трех формирующих ее признаков – глобализации, заимствованных ценностей и постмодернизма, со свойственным ему «игровым» мировоззрением. С точки зрения собственно лингвистической отметим обращение к контекстам медиадискурса (например, в связи с анализом трансформации русской

антропонимической формулы, причем с включением диахронических «срезов»), и это обращение, как и в предыдущих главах, поддерживается значительным объемом проанализированных контекстов (500) (с. 316). Что касается авторской интенции в оценке самой трансформации формулы *имя+отчество*, то заметим, что за современное отношение к отчеству *излишняя* ответственность возлагается на западные образцы и массмедиа, поскольку, на наш взгляд, главный «виновник» — корпоративная этика как социально-экономический феномен, а ее распространение вряд ли можно объяснить только «подражанием Западу». Впрочем, в этом разделе (4.1. *Имена собственные в контексте глобализации*) автор приводит разные точки зрения на этот вопрос «национального масштаба», который продолжает оставаться дискуссионным, а само употребление — вариативным.

Онимоупотребление в аспекте общих особенностей постмодернизма как философии и постмодернистского текста рассматривается в фокусе *языковой игры* как характерной черты современного модного поведения (например, с. 332). При этом отметим, что само поле *языковой игры* остается в работе не вполне очерченным: с одной стороны, оно сужается до языковой шутки, с другой неоправданно расширяется, так как ставится знак равенства между языковой игрой и языковым экспериментом (что с нашей точки зрения не одно и то же), языковой игрой и «игровой деятельностью»; в языковую игру включается «травестировка», которая может иметь самые разные формы, ирония и т.п. (см. об этом, например, с. 330 и далее).

Кроме того, не вполне, на мой взгляд, правомерно рассматривать языковую игру только как производную постмодернизма, тем более в связи с ономастическими каламбурами, о которых речь идет в данной главе, построенными на межтекстовой каламбурной многозначности (с. 337 и далее), на «оживлении» внутренней формы имени собственного и т.п.

Заметим, что ответственность за моду на игровые техники автор возлагает на журналистов, однако с журналистами «как производителями модных стандартов и объектов» (с.343) сегодня успешно соперничают

пользователи Интернета, в котором модное оноимопотребление также широко и «самопроизвольно» распространено.

Вопросы и незначительные замечания, которые возникли у меня в связи с анализом **четвертой главы**, носят исключительно дискуссионный характер, так как **актуальное** и «живое» исследование всегда побуждает к обсуждению. Дополним дискуссионную часть еще несколькими положениями.

1. **Методологическая ценность** такого объемного и фундаментального исследования обусловлена его широкой **теоретической базой**, в основу которой легли многочисленные труды русских и зарубежных философов, культурологов и лингвистов (см. Список источников – 467 наименований). Обильное цитирование в работе является продуманным, корректным и всегда сопровождается авторской рефлексией.

И все-таки в некоторых случаях оно или недостаточно, или окрашено модальностью авторского предпочтения. Так, в разделе о никнеймах в цитировании отсутствует диссертационное исследование А.А. Сокова (*Никоним в виртуальном дискурсе: лингвопрагматический аспект* (Владимир 2014); в связи с лингвокультурологическим анализом имени *Светлана* в диахроническом аспекте автор обильно цитирует работу Е.В. Душечкиной (преимущественно культурологическую), в то время как на эту тему существуют и другие, лингвистические, исследования (см., например, статью Соколовой Т.П. «Молчалива и грустна милая Светлана» // Слова, слова, слова... Межвузовский сборник научных трудов, посвященный 65-летию со дня рождения, доктора филологических наук профессора И.Г.Добродомова. Москва-Смоленск: МПГУ, Смоленский гос. пед. ун-т, 2000. С. 163-179).

В разделе об урбанонимах цитирование отсылает преимущественно к интересным работам Р.В. Разумова, однако эта проблематика является в последние годы, безусловно, *модной*, и ей посвящено много работ и других исследователей..

2. Как мне показалось, в работе уделяется недостаточное внимание модным креолизированным номинациям, в частности «креолизированным урбанонимам» (термин Т.П. Соколовой) и (термин по аналогии) «креолизированным никнеймам», а в более широком контексте – взаимодействию вербальных и невербальных средств в процессе создания искусственных номинаций разных разрядов, хотя, безусловно, графические средства создания тех или иных онимов присутствуют в описании. В частности, важную роль в пространстве ономастической периферии играет *семантическая графогибридизация*, которая, являясь модным способом создания креативного онима, тем не менее, не может быть однозначно оценена только с этой точки зрения, так как и шрифтовыделение, и графогибридизация служат повышению семантической емкости онима в рамках заданного «минимального контекста».

3. **Масштабность** и глубина исследования органично сочетаются с живостью и динамизмом изложения, авторской увлеченностью материалом – такое сочетание является сильной стороной рецензируемой диссертации. Однако в некоторых случаях это приводит и к преувеличенному акцентированию *модной* составляющей того или иного объекта или явления. Так, в работе неоднократно подчеркивается возрастание роли английского языка как *модного* (например, стр. 314), в то время как это, на мой взгляд, скорее, ситуация начала 2000-ых годов. Сегодня важная роль английского языка связана с его прочным статусом «глобального языка», и это находит прямое отражение в номинации объектов ономастической периферии. Тесное взаимодействие английского как глобального и национального языка проявляется в его интенсивном влиянии на сферу коммерческой номинации и на сферу номинации культурных объектов. Сложный характер этого взаимодействия актуален для всего коммуникативного пространства «неанглоязычных» стран, прежде всего, для стран кириллического алфавита, в которых графогибридизация (смещение латиницы и кириллицы) протекает интенсивно и имеет массовый характер при создании креативных онимов.

4. Анализируя результаты психолингвистического эксперимента для выявления представлений о модных эргонимах, существующих в языковом сознании современных носителей русского языка, и описывая самые популярные названия реально существующих эргонимов, диссертант отмечает (с. 244): *возможно, что в данном случае главным критерием, на основании которого название относится к модным, является не принцип или способ образования эргонима, а его распространенность, популярность, частое упоминание в рекламе, что отражается в ономастическом сознании горожан.* В связи с чем возникает вопрос, важный именно с точки зрения оценки результатов эксперимента, о соотношении понятий *модное имя – модный объект.* Всегда ли одно соответствует другому?

5. На с. 166 отмечается, что *некий стандарт рассматривается как модный, когда указывает на какие-то ценности, которые в обществе или социальной группе воспринимаются как модные.* Можно ли говорить о том, что названия отражают не только модные тенденции, но и модные ценности?

Высказанные дискуссионные замечания и вопросы никоим образом не меняют высокой оценки проделанной большой работы.

Диссертация О.В. Врублевской является фундаментальным и новаторским исследованием, которое вносит существенный вклад в теорию и практику ономотологии. Автор демонстрирует широту научных интересов, научную эрудицию, незаурядный исследовательский дар. В работе можно найти тонкие наблюдения, интересные интерпретации и размышления. Весь текст окрашен авторской модальностью заинтересованности в материале.

Научная гипотеза, суть которой состоит в принципиальном разграничении ситуаций модного выбора, модного изобретения и модного ономоупотребления имен собственных как **модного объекта,** подтверждается проведенным анализом и полученными результатами, значимыми для современной лингвистики.

Междисциплинарный и комплексный характер исследования О.В. Врублевской, который мы уже отмечали выше, определяет и его **теоретическую значимость** для целого спектра дисциплин –

социолингвистики, психолингвистики, культурологии, когнитологии, лексикографии (словари онимов) и, прежде всего, для ономатологии как динамично развивающегося направления современной русистики.

Проработанность методов исследования и их последовательное применение позволили получить **достоверные результаты, имеющие важное теоретическое и практическое значение.** Отметим, в частности, последовательное применение метода первичной статистической обработки материала и приемов количественных подсчетов, а также предложенную методику «дополнения высказывания», о которой мы уже писали выше. Отдельно следует отметить и разнообразный иллюстративный материал: таблицы, рисунки, **Приложения**, в которых представлены результаты экспериментального исследования восприятия языковой моды.

Девять **положений, выносимых на защиту** (с. 13-16), отражают важнейшие положения диссертации, значимые с теоретической и методологической точки зрения. Отметим и основательность развернутых выводов к каждой из четырех глав. В **Заключении** диссертации полно представлены основные результаты исследования.


Практическая значимость результатов исследования выходит за пределы учебных курсов по ономастике, лексикографии, лингвокультурологии и психолингвистики; она определяется и возможностью использовать их в реальной практике имянаречения, при разработке конкретных вопросов искусственной номинации, в частности в области рекомендаций потенциальным номинаторам жилых комплексов, создателям товарных знаков и т.п. Кроме того, материалы второй главы, как мне представляется, могут быть использованы и в практике преподавания русского языка как иностранного, так как интерес студентов-иностранцев к русским именам очевиден: в частности, он проявляется и в том, что китайские студенты все чаще в процессе неофициального «самоназвания» выбирают себе красивые русские имена.

Автореферат и указанные в нем публикации (46), включая 17 в изданиях списка ВАК РФ, отражают основные положения диссертации,

имеющей необходимую апробацию, в том числе на международных конференциях, и характеризуют автора как в полной мере состоявшегося и зрелого исследователя.

Диссертационное исследование «Языковая мода в русской ономастике» удовлетворяет всем требованиям ВАК РФ, предъявляемым к докторским диссертациям в соответствии с «Положением о порядке присуждения ученых степеней» (п. 9-14), утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации о порядке присуждения ученых степеней от 24 сентября 2013 г. № 842, а его автор, Врублевская Оксана Валентиновна, заслуживает присуждения ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Доктор филологических наук
(10.02.01 – русский язык), профессор,
профессор кафедры общего и русского языкознания
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»,

 Елена Николаевна Ремчукова

23.11. 2017 г.

Федеральное государственное
автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов»
Адрес: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6
Тел.: (8495) 433 70 22
e-mail: kaf_yazik_rudn@mail.ru

Подпись Е.Н. Ремчуковой заверяю:
Ученый секретарь Ученого совета РУДН



В.М. Савчин

Список основных публикаций официального оппонента
доктора филологических наук, профессора Е.Н. Ремчуковой
по теме диссертации Врублевской Оксаны Валентиновны
«Языковая мода в русской ономастике»,
представленной к защите на соискание ученой степени
доктора филологических наук
по специальности 10.02.01 – русский язык.

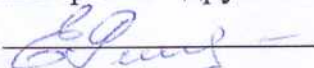
1. Ремчукова, Е.Н. Массовый лингвокреатив: преодоление стандарта / Е.Н. Ремчукова // Вестник РУДН. Сер. «Теория языка. Семиотика. Семантика». – 2013. – № 2. – С. 83–90.
2. Ремчукова, Е.Н. Потенциальное словообразование в сфере урбанонимов / Е.Н. Ремчукова, Л.Р. Махиянова // Функциональная семантика и семиотика знаковых систем: сб. науч. тр. – М.: Изд-во РУДН, 2014. – С. 149–158.
3. Ремчукова, Е.Н. Проблемы нейминга: новые русские урбанонимы в лингвокреативном аспекте / Е.Н. Ремчукова, Т.П. Соколова, Л.Р. Махиянова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 9. – С. 328–332.
4. Ремчукова, Е.Н. Лексико-грамматические механизмы лингвокреативности в сфере городской номинации / Е.Н. Ремчукова, Л.Р. Махиянова // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. «Теория языка. Семиотика. Семантика». – 2015. – № 2. – С. 132–141.
5. Ремчукова, Е.Н. Актуальные направления современной русистики: сфера городской номинации как объект лингвистики креатива / Е.Н. Ремчукова // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: материалы XII Конгресса МАПРЯЛ. – СПб: МНПРЯЛ «МАПРЯЛ», 2015. – С. 253–258.
6. Ремчукова, Е.Н. Особенности ономастикона Казани на фоне ономастического ландшафта российского мегаполиса / Е.Н. Ремчукова, Л.Р. Замалетдинова // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. – 2016. – № 5. – С. 206–209.
7. Ремчукова, Е.Н. Прагматическая и эстетическая ценность «массового креатива» / Е.Н. Ремчукова // Труды института русского языка им. В.В. Виноградова. – М.: Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова РАН. – 2016. – Т. 7. – С. 157–168.

8. Ремчукова, Е.Н. Рекламное «зазеркалье» России и Франции: Лингвокреативный и гендерный аспекты: монография / Е.Н. Ремчукова, А.В. Страхова. – Москва: URSS. – 216 с.

9. Remchukova E. A Megalopolis as a Factor of Urbanonyms Forming (on the Base of Restaurant Names in Moscow, Saint Petersburg and Kazan) / E. Remchukova, L. Makhiyanova // Names and Their Environment. Proceedings of the 25th International Congress of Onomastic Sciences. Volume 2. – Glasgow: University of Glasgow, 2016. – P. 43.

10. Ремчукова, Е.Н. “Свое” и “чужое” в сфере городской номинации России / Е.Н. Ремчукова, Т.П. Соколова // ACTA SLAVICA ESTONICA VIII. Труды по славянской филологии. Лингвистика XVII. Свое – чужое в языке и речи. – Тарту, 2016. – С. 161-172. (Web of Science)

11. Ремчукова, Е.Н. Коммерческие урбанонимы в аспекте креативной речевой деятельности / Е.Н. Ремчукова, Л.Р. Замалетдинова // Ценности и смысл. – 2016. – Т. 1. – № 6 (46). – С. 87– 95.

Доктор филологических наук
(10.02.01 – русский язык), профессор,
профессор кафедры общего и русского языкознания
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»,
 Елена Николаевна Ремчукова

23.11.2017 г.

Федеральное государственное
автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов»
Адрес: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6
Тел.: (8495) 433 70 22
e-mail: kaf_yazik_rudn@mail.ru

Подпись Е.Н. Ремчуковой заверяю:
Ученый секретарь Ученого совета РУДН



Савчин В.М.