

## 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), околоядерное 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](mailto:dilyin99@mail.ru); [dilyin@volsu.ru](mailto: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  
«исс» 2017



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.

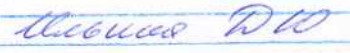
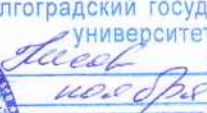
15. Ильин, Д.Ю. Образование катойконимов: проблемы и противоречия системы, нормы и узуса / Д.Ю. Ильин // Культура русской речи (Готовские чтения) / V Международная научная конференция. – М., 2017. – С. 42.

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, 100а  
Тел. раб.: (8442)-46-02-68  
e-mail: [dilyin99@mail.ru](mailto:dilyin99@mail.ru); [dilyin@volsu.ru](mailto: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.

