

ОТЗЫВ

о диссертации Мань Шу

«Восприятие и понимание имени собственного в межкультурной коммуникации (на материале прагмонимов и эргонимов китайского и русского языков)»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук
по специальности 10.02.19 – теория языка

Диссертационная работа Мань Шу посвящена изучению восприятия и понимания эргонимов и прагмонимов китайского и русского языков в аспекте межкультурной коммуникации.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью уточнения универсальных и этнокультурных стратегий восприятия и понимания эргонимов и прагмонимов носителями русской и китайской лингвокультур в межкультурной коммуникации в поликультурной языковой среде. Об актуальности предпринятого Мань Шу исследования свидетельствует недостаточная разработка вопросов образования и функционирования эргонимов и прагмонимов в китайской лингвокультуре.

Цель диссертации – выявить этнокультурную специфику восприятия и понимания имени собственного в межкультурной коммуникации.

В работе убедительно представлен материал исследования. Картотека эргонимов насчитывает 546 названий организаций на русском языке и 690 на китайском языке, картотека прагмонимов представлена 26 единицами на русском и 18 на китайском языке.

Экспериментальные данные, полученные в результате ассоциативного эксперимента, в котором приняли участие 150 испытуемых (50 русских студентов, которые изучают китайский язык, и 100 китайских студентов), данные опросов, в которых приняли участие 200 испытуемых (100 русских и 100 китайских студентов), позволили Мань Шу решить поставленные в работе задачи. Мань Шу тщательно проанализировала стратегии номинации в китайской и в русской лингвокультурах, определила особенности восприятия и понимания адаптированных в китайской лингвокультуре брендов носителями китайской и русской лингвокультур, изучила универсальные и этнокультурные стратегии восприятия эргонимов и прагмонимов носителями китайской и русской лингвокультур.

Научная новизна диссертационной работы заключается в том, что в ней впервые выявлены универсальные и культурно обусловленные стратегии номинации организаций; впервые выделены и описаны примеры мимикрии, используемые в китайской лингвокультуре при нейминге; впервые проанализированы особенности восприятия и понимания эргонимов в межкультурном общении носителями разных культур.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что выявлены универсальные и этнокультурные стратегии нейминга в русской и

китайской лингвокультурах, определены факторы, влияющие на восприятие и понимание эргонимов и прагмонимов в межкультурной коммуникации.

Практическая значимость работы заключается «в возможности использования предложенной методики для анализа восприятия и понимания культурно обусловленных знаков при взаимодействии носителей разных культур; возможности применения полученных результатов в практике преподавания вузовских дисциплин по общему языкознанию, психолингвистике, социолингвистике, межкультурной коммуникации, в спецкурсах по ономастике, в практике обучения языкам, а также для разработки рекомендаций по неймингу» (С. 6 автореферата).

Степень **достоверности** результатов исследования определяется опорой на теоретические положения авторитетных российских и китайских ученых, применением методов анализа, соответствующих целям и задачам исследования, привлечением обширного фактического материала, согласованностью теоретических выводов с результатами практического исследования и возможностью их верификации на другом материале.

Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения, библиографического списка и пяти приложений.

Во **введении** автор обосновывает актуальность и новизну исследования, теоретическую значимость и практическую ценность, формулирует положения, выносимые на защиту, определяет объект и предмет цели и задачи работы.

В **первой главе** «Теоретические подходы к изучению восприятия и понимания в межкультурной коммуникации» представлен краткий, но достаточно убедительный анализ понятий «восприятие» и «понимание». Опираясь на труды известных ученых, автор работы подчеркивает, что результат восприятия и понимания имени собственного в процессе межкультурной коммуникации зависит от степени знания языка и владения культурой, совпадения образов сознания.

Во **второй главе** «Теоретические основы исследования имени собственного» Мань Шу приводит классификации имен собственных известных лингвистов, отмечает ситуативный характер значения эргонимов и прагмонимов, трактует эргонимы как разновидность урбанонимов, которые являются подклассом топонимов, относимых к именованию неодушевленных предметов. В главе подчеркивается, что в Китае не сформирована теоретическая база лингвистических исследований онимов.

В **третьей главе** «Функционирование эргонимов и прагмонимов в китайской и русской лингвокультурах» анализируются эргонимы и прагмонимы в китайской и русской лингвокультурах. Особый интерес представляет анализ мимикрии или подделки прагмонимов, представленный несколькими способами: заменой одной буквы в слове без фонетического изменения; заменой одной или нескольких букв в слове, вызывающей фонетическое изменение и/или изменение значения слова; заменой одного из двух слов в оригинальном названии; заменой одного иероглифа в середине названия продукта; зеркальным отображением названия; заменой одного

слова/иероглифа в названии из нескольких иероглифов; полной заменой знаков, слов, символов при схожести цвета, фактуры, размера и общего стиля продукта.

В четвертой главе «Изучение восприятия и понимания эргонимов» анализируются данные проведенных экспериментов, обобщаются стратегии восприятия и понимания эргонимов носителями разных лингвокультур. Автор выделяет универсальные стратегии, к которым относятся узнавание эргонима, использование контекста, лингвистическое чутье, мотивация при назывании, опора на известные стратегии нейминга. Специфические стратегии нейминга в Китае подразумевают использование «приятного имени», звучания имени, созвучия с другими словами, прецедентных феноменов и других культурных компонентов. Специфические стратегии нейминга в России подразумевают опору на культурные традиции, выделение типичных слов для названий (мир, дом и др.), языковую игру. Однако приводимые в работе примеры свидетельствуют скорее о совпадении стратегий нейминга в русском и китайском языках. Выявлены ошибки при восприятии и понимании эргонимов, которые обусловлены незнанием культурных компонентов, использованием стратегий родной культуры, переводом отдельных иероглифов (для русских студентов), интерференцией родной культуры, незнанием идиом, ложной визуализацией. Хотелось бы отметить объем проанализированного материала, который представлен в виде таблиц в приложениях.

В заключении обобщаются полученные результаты, обсуждаются области их возможного применения и формулируются общие выводы. Импонирует тщательный анализ фактического материала, логичное обоснование и доказательство выводов.

Положительно оценивая уровень исследования Мань Шу, его научную новизну и перспективность для теории языка, зададим ряд вопросов и выскажем замечания, которые носят в основном дискуссионный характер:

1. Представляется, что цель работы заявлена шире, чем анализируемый в диссертации материал. Можно ли постулировать полученные данные на специфику восприятия любого имени собственного, учитывая особенности эргонимов и прагмонимов?
2. Автор диссертации считает восприятие и понимание сложными процессами и не разделяет их в работе (с. 26). Является ли тогда словосочетание «восприятие и понимание» оправданным в названии работы и в тексте всей диссертации?
3. Малообъемные первую (22 страницы) и вторую (30 страниц) главы диссертации было бы логичнее объединить в одну, поскольку в них обосновываются теоретические предпосылки исследования эргонимов и прагмонимов. Две первые главы сопровождаются логичными, но довольно краткими выводами.
4. Чем автор работы может объяснить существенные расхождения в количестве эргонимов и прагмонимов? Количественное несоответствие

наблюдается и в указании участников эксперимента. Сначала заявлено 50 русских студентов (с.3 автореферата и с.7 диссертации), затем их число увеличилось до 52 (с.12 автореферата).

5. Правомерно ли все эргонимы считать названиями магазинов? К эргонимам относятся названия любых коммерческих организаций.

6. В списке челябинских эргонимов в таблице приводятся примеры слов с непонятным, как считает автор, значением. В эргониме *Аттимо*, названии банкетного зала, наблюдается транслитерация итальянского слова со значением «миг», «мгновение». Название мастерской по ремонту одежды *Кая* имеет несколько вариантов интерпретации, но, вероятно, это женское имя либо скандинавского происхождения, либо деминутив от польского антропонима Каролина, а эргоним *Эдвайс* явно образован путем транслитерации английского существительного *advise*-совет на русский язык. Обращение к толковым словарям и справочникам позволило бы автору правильно классифицировать эргонимы с неясными, как считает Мань Шу, названиями. Так, *Calligaris* – производитель итальянской мебели с 1923г. Название компании образовано от фамилии ее основателя Антония Каллигариса.

6. Считаем, что высказывание автора о названии торговой сети «Пятерочка» нужно пояснить: «Таким образом, можно сказать, что название компании – это деньги, богатство, которые не боятся бизнеса, но которые трудно получить, не боясь отличить правильное имя от неправильного» (с. 60).

7. В репрезентативном списке литературы, свидетельствующем о лингвистической эрудиции соискателя, иногда нарушается алфавитный порядок (см. с.200, 201, 204, 212-213 и др.); не все авторы, цитируемые и перечисляемые в работе, приводятся в библиографическом списке (Василюк В.В., Нистратов А.А., Пешкова Н.П., Садохин А.П. и др.).

Высказанные вопросы и замечания не затрагивают сути диссертационной работы Мань Шу ««Восприятие и понимание имени собственного в межкультурной коммуникации (на материале прагмонимов и эргонимов китайского и русского языков)», имеющей теоретическую и практическую ценность для теории ономастики, соответствующей паспорту специальности 10.02.19 – теория языка.

Исследование Мань Шу прошло убедительную апробацию. Основные положения и результаты исследования были изложены в сообщениях на заседании кафедры русского языка как иностранного Южно-Уральского государственного университета, в докладах на международных научно-практических конференциях «Русский язык как государственный» (г. Челябинск, 2016); «Диалог культур Евразии» (г. Челябинск, 2016); «Лингвистика креатива: тенденции и перспективы развития нового научного направления» (г. Екатеринбург, 2018); «Филологические знания на современном этапе» (г. Курган, 2019).

Автореферат и публикации Мань Шу полностью отражают основное содержание диссертации. Основные результаты работы представлены в 8

публикациях, включая 4 статьи, опубликованные в ведущих научных журналах ВАК РФ.

Все вышеизложенное позволяет заключить, что представленное к защите диссертационное исследование «Восприятие и понимание имени собственного в межкультурной коммуникации (на материале прагматимов и эргонимов китайского и русского языков)» полностью соответствует требованиям «Положения о порядке присуждения ученых степеней» № 842 (пп. 9-14), утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года, с изменениями постановления Правительства Российской Федерации от 21 апреля 2016 года № 335 (пп. 9-14), а её автор, Мань Шу, заслуживает присуждения ей искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Официальный оппонент
доктор филологических наук,
профессор Светлана Анатольевна Питина
(специальность 10.02.19 – Теория языка)

11.05.2021

Почтовый адрес:

ФГБОУ ВО Челябинский государственный университет»

454001, РФ, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д.129

Телефон: 8 (351) 799-71-01; факс: 8 (351) 742-09-25

E-mail: odou@csu.ru

Официальный сайт в сети Интернет: www.csu.ru

Подпись *Питиной С.А.*
удостоверю *С.А. Зудова*

