

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по научной и инновационной работе  
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»

доктор физико-математических наук, профессор

С.А. Мустафина



## О Т З Ы В

ведущей организации – ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет» – 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

Диссертационное исследование Мань Шу посвящено проблемам восприятия и понимания имени собственного, а именно прагмонимов и эргонимов, в условиях лингвистического ландшафта российского и китайского города носителями русского и китайского языков.

В качестве **объекта** настоящего исследования выступают процессы восприятия и понимания имени собственного в межкультурной коммуникации.

**Предметом** диссертационного исследования Мань Шу являются универсальные и специфические этнокультурные стратегии восприятия и понимания эргонимов и прагмонимов, присущие носителям русского и китайского языков и культур.

Мы полагаем, что сам выбор обозначенных выше объекта и предмета диссертационного исследования во многом обеспечивает **актуальность** представленной к защите работы.

Прежде всего, нужно отметить, что вопросы, связанные с восприятием и пониманием языковых и речевых единиц, в лингвистических исследованиях до сих пор остаются наименее разработанными, что во многом объясняется отсутствием эффективного инструмента исследования. Таким образом, обращение автора исследования к общим проблемам понимания уже само по себе обуславливает его **актуальность**. В частности, актуальным представляется изучение и уточнение как универсальных, так и особых этнокультурных стратегий восприятия и понимания имени собственного

в форме эргонимов и прагмонимов в поликультурной языковой среде, что может способствовать более успешному осуществлению межкультурной коммуникации.

Что касается **новизны** диссертации Мань Шу, мы связываем ее с тем, что в исследовании впервые выявляются и анализируются универсальные и специфические культурно обусловленные стратегии номинации организаций, присущие китайской и русской лингвокультурам, и, одновременно, стратегии восприятия и понимания эргонимов и прагмонимов носителями двух названных выше языков и культур.

Следует отметить использование обширной базы данных, привлекаемых автором для исследования, включающих, в том числе, и экспериментальные данные, что обуславливает валидность и надежность полученных результатов.

**Материалом** исследования послужили картотеки названий организаций (1236 языковых единиц всего, из них 546 на русском и 690 китайском языках); и названий продукции (44 языковые единицы всего, из них 26 на русском и 18 на китайском языках). Автором использовались и экспериментальные данные, полученные с применением ассоциативного эксперимента, охватившего в целом 150 испытуемых (50 русских студентов, изучающих китайский язык, и 100 китайских студентов); а также данные опросов, в которых приняли участие 200 испытуемых (100 русских и 100 китайских студентов).

Результаты исследования, осуществленного Мань Шу, характеризуются теоретической значимостью и практической ценностью. **Теоретическую значимость** мы усматриваем в успешном применении и дальнейшей разработке автором теоретических принципов психолингвистики и социолингвистики, ономастики и теории межкультурной коммуникации в связи такими важнейшими аспектами теории языка, как понимание и интерпретация языковых и речевых единиц, и, в частности, в поликультурной среде; уточнение универсальных и выявление этнокультурных стратегий понимания имени и, одновременно, стратегий нейминга в русской и китайской лингвокультурах.

**Практическая значимость** диссертационной работы связана с возможностью применения предложенной автором методики для анализа восприятия и понимания культурно обусловленных знаков и при взаимодействии носителей иных культур. Результаты исследования Мань Шу могут быть использованы и в академической практике, в преподавании ряда дисциплин по теории языка: психолингвистики и социолингвистики, межкультурной коммуникации и ономастики; в курсах практического обучения языкам; а также в прикладной лингвистике, для разработки рекомендаций по неймингу.

Диссертация состоит из введения, четырех глав, двух теоретических и двух практических, заключения, списка литературы, включающего 203 источника на русском, английском и китайском языках, и пяти приложений. Работа содержит иллюстративный материал: 22 рисунка и 77 таблиц.

Во «**Введении**» автор достаточно убедительно обосновывает актуальность и новизну своего исследования, теоретическую значимость и практическую ценность полученных результатов; обозначает объект и предмет изучения, намечает цели и задачи диссертационной работы; формулирует гипотезу и положения, выносимые на защиту; приводит данные по апробации результатов своего исследования.

В **первой главе** диссертации «Теоретические подходы к изучению восприятия и понимания в межкультурной коммуникации» Мань Шу раскрывает теоретические понятия и принципы, составляющие методологическую базу исследования.

Автор осуществляет глубокий и подробный анализ базовых для исследования терминов и понятий с опорой на различные подходы российских, европейских и китайских ученых, привлекая данные из смежных гуманитарных наук, таких как философия и психология, что обеспечивает междисциплинарный характер предлагаемого в диссертации подхода и является одним из ее безусловных достоинств.

Особое внимание в первой главе уделяется вопросам межкультурной коммуникации с точки зрения проблем восприятия и понимания (с. 26-33)

Опора на опыт предшествующих исследований позволяет автору определить свое отношение к изучаемым проблемам и предложить свой подход к проблеме понимания имени собственного, основанный на представлении о зависимости данного процесса и его результата от множества факторов.

Во **второй главе** диссертации «Теоретические основы исследования имени собственного» автор осуществляет обзор исследований, объектом которых является имя собственное, обосновывается специфика имени собственного как объекта изучения. Проводится исторический экскурс, связанный с терминами «эргоним» и «прагмоним», предлагается к рассмотрению классификация онимов.

Научный интерес (и не только для лингвистов) представляет раздел 2.6 «Реализация эргонимов в языковом пространстве города (Китая и России)» (с. 57-60), где описывается судьба эргонимов и прагмонимов в Китае и России.

Автору удается убедительно показать взаимозависимость лингвистических явлений и внелингвистических факторов в современном мире на примере того, как внелингвистическая проблема реализации товара может быть обусловлена лингвистической природой,

и смена эргонима способствует быстрому увеличению продаж и росту компании.

Большой научный интерес представляет **третья глава** «Функционирование эргонимов и прагмонимов в китайской и русской лингвокультурах», основной задачей которой является практический анализ популярных и успешных эргонимов и прагмонимов, часто используемых в современной китайской и русской лингвокультурах.

Отдельный параграф (3.1) посвящен брендам Китайской Народной Республики как социокультурному явлению в связи с тем, что, как отмечает автор исследования, изучение культуры бренда в современном обществе «имеет большое значение для понимания сущности современной цивилизации» (с. 66).

Особое внимание уделяется феномену мимикрии, китайский термин «шанджай», буквально, «сбитая» продукция, подделка, фальсификация (сс. 78-79). Данное понятие рассматривается и как внеязыковой фактор, и как языковая мимикрия, или стратегия, используемая в выборе прагмонимов, когда воспроизведение бренда производится без нарушения прав интеллектуальной собственности и закона (с. 80). В результате анализа эмпирического материала Мань Шу выявляет семь способов мимикрии брендов, играющей значительную роль в продвижении китайских товаров внутри страны и на международном рынке.

В процессе изучения стратегий номинации магазинов в Китае методом сплошной выборки автором диссертации выявлено и проанализировано 512 вывесок торговых предприятий и организаций китайского города Хэйхэ (провинции Хэйлунцзян), специфика которых заключается в том, что многие из них имеют перевод на русский язык, зачастую дословный и неверный. Анализ вариантов перевода приводит автора к выводу о том, неверный перевод на русский язык можно рассматривать как вариант неудачного нейминга при образовании эргонима, однако, подобный вариант перевода можно считать особой стратегией нейминга, имеющей своей целью привлечение внимания русских туристов. При этом, как полагает Мань Шу, происходит такое внедрение ошибки перевода в лингвокультуру, при котором она становится ее неотъемлемым компонентом.

В параграфе 3.5. представлены результаты анализа вывесок российского города Челябинска с названиями организаций, на основании которого автор диссертации выявляет 14 возможных способов нейминга. Среди наиболее частотных называются: немотивированные однословные эргонимы, образные словосочетания, иностранные слова или словосочетания (как правило, английские), сложные слова и аббревиатуры. Отмечается, что в большинстве типов эргонимов присутствует та или иная разновидность словесной игры.

В четвертой главе диссертации «Изучение восприятия и понимания эргонимов» автор описывает осуществленные в процессе исследования эксперименты и анализирует экспериментальные данные, связанные с особенностями восприятия и понимания эргонимов носителями русского и китайского языков и культур. Инструментом исследования понимания эргонимов с позиции межкультурной коммуникации стал ассоциативный эксперимент, а также опрос носителей китайского и русского языков.

Экспериментальное исследование проходило по классическому варианту в два этапа. На первом этапе эксперимента названия брендов в виде напечатанных на бумаге иероглифов предъявлялись носителям китайской культуры, 100 китайским студентам от 16 до 30 лет; на втором этапе – носителям русской культуры, 52 русским студентам от 18 до 28 лет, изучающим китайский язык (у некоторых из них был опыт обучения в КНР). Респондентам предлагалось дать ассоциацию на стимул и написать, что означает это слово.

Нельзя не отметить, что вывод о влиянии на восприятие эргонимов чужой культуры уровня владения языком и знаний культуры представляется достаточно ожидаемым, как и вывод о влиянии креолизованного текста на понимание в плане его облечения и уточнения, к которому автор приходит в результате опроса 200 испытуемых в возрасте 19-20 лет (по 100 представителей каждой лингвокультуры).

По нашему мнению, особого внимания специалистов заслуживает вывод об излишней лингвореативности, присущей эргонимам г. Челябинска, а по нашему собственному опыту, и эргонимам многих российских городов.

Лингвокреативность, используемая в стратегиях нейминга часто в различных формах языковой игры, присущая вывескам современных городов, по мнению автора, объясняется задачей городского текста привлечь внимание потенциальных потребителей информации, товаров и услуг любыми средствами. При этом основная задача лингвистического ландшафта города, информирование и ориентировка, отходит на второй план (с. 126). Однако, как показал опрос, не каждый горожанин, носитель языка, может объяснить и понять подобные названия, а некоторые из них даже прочесть, если используется латиница.

Что же касается иностранцев (автор диссертации проводит дополнительно пилотажный опрос, в котором участвуют также и носители арабского, сингальского, французского и других языков) (с. 127), они, за небольшим исключением, не понимают русскоязычные эргонимы с использованием игры слов и высказываются в пользу вывесок, которые доступно и понятно помогают им сориентироваться в

иноязычном пространстве города (с.с. 130-131). В подобных случаях непонимания роль креолизованного текста с использованием рисунков и знаков, безусловно, возрастает, т.к. креолизованность способствует более успешному пониманию.

Анализ всех экспериментальных данных позволил автору диссертации выявить и описать ряд стратегий восприятия и понимания эргонимов на родном и иностранном языках (русском и китайском), которые она характеризует как универсальные и специфические (с.с. 187-194). Среди пяти универсальных можно отметить: узнавание эргонима с опорой на имеющийся опыт; использование контекста; лингвистическое чутье. К специфическим автор диссертации относит: опору на знания культурных традиций нейминга в своей стране и использование знаний родной культуры, связанных с символикой, идиомами и т.п.

Выявление и описание стратегий восприятия и понимания эргонимов на родном и иностранном языках представляется нам одним из **главных результатов** диссертационного исследования, осуществленного Мань Шу.

Следует отметить, что все выносимые на защиту положения диссертационного исследования, а также его гипотеза, сформулированные во «Введении», успешно доказываются автором диссертации на практическом материале, представленном в третьей и четвертой главах.

В «**Заключении**» диссертации Мань Шу подводит итоги своего исследования, еще раз формулирует основные выводы, обосновывающие положения, выносимые на защиту, а также намечает перспективы дальнейшей работы в обозначенном направлении.

Таким образом, мы можем констатировать, что все задачи, поставленные автором настоящей диссертации, успешно решены, и основная цель диссертационного исследования достигнута.

Вместе с тем в процессе чтения диссертации у нас возникли некоторые *замечания и вопросы дискуссионного характера*, которые хотелось бы обсудить.

На с.с. 30-32 диссертации автор приводит несколько определений понятия «языковое сознание». Какого подхода придерживается сама диссертант? Насколько можно судить по дальнейшему тексту диссертации, это направление московской психолингвистической школы, и в частности, подход Н.В. Уфимцевой. Однако в теоретической первой главе следовало бы обозначить собственное отношение к этому базовому понятию более четко.

Далее, на с. 62 диссертации мы встречаем словосочетание «креолизованное слово». Как известно, существует устоявшееся понятие «креолизованный текст», которым далее пользуется и автор настоящей

диссертации. Более того, многие исследователи полагают, что сочетание слова с изображением (рисунком, символом) представляет собой креолизованный текст. В таком случае, что автор диссертации имеет в виду под «креолизованным словом» и целесообразно ли вообще использование этого термина?

Нас заинтересовал вывод автора о приращении смысла в связи с языковой игрой. Мань Шу утверждает, что границей языковой игры является ошибка. И «если при языковой игре получают дополнительные смыслы, столкновение нескольких значений, то при ошибке возникает непонимание» (с. 126). Насколько позволяют судить экспериментальные данные, приведенные в диссертации, зачастую языковая игра ведет не только к ошибочной интерпретации, но и к отсутствию любой интерпретации. Можно ли утверждать, что при языковой игре всегда возникают новые дополнительные смыслы?

Что касается отношений между ошибочной интерпретацией и новым смыслом, всегда ли новые смыслы, возникающие «благодаря ошибке» (с.130), работают в позитивном направлении, привлекают, а не отталкивают потребителя информации или продукции?

Возникает еще один вопрос-замечание по поводу универсальных стратегий восприятия и понимания эргонимов. Нам представляется, что пятая стратегия, опирающаяся на опознание имени собственного (имени владельца бизнеса), может быть представлена как разновидность первых трех стратегий. Есть ли основания для выделения ее в отдельную самостоятельную стратегию?

Имеются и некоторые технические замечания: по оформлению списка литературы, в частности, отсутствие указания на общее количество страниц источника (№№ 64, 65, 109, 181-184, 196, 200) и страниц отдельной статьи (№№ 110, 144, 159, 171); опечатки в инициалах автора источника (в тексте диссертации с. 8 – Емельянова О.М., в списке литературы – Емельянова А.М.); повторы одного и того же предложения (с.38 и др.).

Высказанные вопросы и замечания не снижают общей высокой оценки диссертации Мань Шу «Восприятие и понимание имени собственного в межкультурной коммуникации (на материале прагмонимов и эргонимов китайского и русского языков)». Диссертационная работа Мань Шу представляет собой самостоятельное, оригинальное исследование, выполнена на высоком теоретическом уровне, имеет большую практическую ценность и соответствует паспорту специальности 10.02.19 – теория языка.

Автореферат и публикации автора полностью отражают основное содержание диссертации. Список работ Мань Шу состоит из 8 публикаций, 4 из них – в рецензируемых научных изданиях,

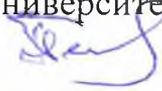
включенных в реестр ВАК Министерства науки и высшего образования РФ.

Все вышеизложенное позволяет заключить, что представленная к защите диссертация «Восприятие и понимание имени собственного в межкультурной коммуникации (на материале прагмонимов и эргонимов китайского и русского языков)» полностью соответствует требованиям «Положения о порядке присуждения ученой степени» № 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.

Отзыв составлен доктором филологических наук (10.02.19 – теория языка), профессором Пешковой Натальей Петровной.

Отзыв обсужден и утвержден на заседании кафедры иностранных языков естественных факультетов факультета романо-германской филологии ФГФОУ ВО «Башкирский государственный университет», протокол № 10 от 12 мая 2021 г.,

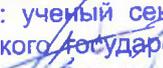
Заведующая кафедрой иностранных языков  
естественных факультетов факультета романо-германской филологии  
ФГФОУ ВО «Башкирский государственный университет»  
доктор филологических наук, профессор



Н.П. Пешкова  
12 мая 2021г.

Адрес: 450076  
Республика Башкортостан, г. Уфа  
ул. Заки Валиди, 32  
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»  
e-mail: rector@bsunet.ru; konfbgu@rambler.ru.  
телефон: +7 (3472) 29 96 68  
Сайт: <http://bashedu.ru>



Подпись   
Заверяю: ученый секретарь Ученого совета  
Башкирского государственного университета  
 С.Р. Баимова  
« 14 » мая 2021г.