

## ОТЗЫВ

об автореферате М.А. Мануковской «Языковые и речевые свойства имен собственных бизнес-объектов на материале русского языка», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык (Елец, 2022. 24 с.)

Диссертационная работа М.А. Мануковской представляет собой самостоятельное исследование бизнес-объектов в современном русском языке.

*Актуальность темы*, которой посвящено исследование, сомнений не вызывает. В настоящее время широкое распространение бизнес-объектов порождает необходимость их тщательного изучения, определения их роли в современном социуме, динамики изменений в их структуре и прогностических свойств.

*Практическая значимость* исследования М.А. Мануковской бесспорна. Положения, доказанные в работе, вместе с материалом исследования хорошо ложатся на процедуру наименования новых бизнес-объектов и составляют интересное звено в преподавании лингвистических дисциплин, особенно связанных с рекламой.

Достижение цели, которую поставила М.А. Мануковская в своем исследовании, безусловно, способствует привлечению внимания к этой проблематике и дальнейшему развитию не только практических, но и теоретических исследований бизнес-объектов. Диссертант глубоко проанализировала те положения, которые нашли отражение на сегодняшний день в различных теориях бизнес-объектов, доказав свою осведомленность в этом вопросе, с одной стороны, и умение по-новому взглянуть на, казалось бы, пестрый мир всевозможных наименований магазинов, аптек, туристических, охранных агентств, то есть бизнес-объектов (всего анализу подверглось 727 единиц).

Если говорить о *новизне* исследования, то она бесспорна. Воронежские бизнес-объекты не анализировались до этой работы последовательно и системно, а эта сфера жизни в настоящее время заслуживает внимания и оценки. Привлекательны и методы исследования, позволяющие грамотно осознать всю, на первый взгляд, весьма сложную и противоречивую структуру бизнес-объектов города Воронежа. Диссертантом впервые выявлены семантические изменения в номинациях, особенности участия иносистемных элементов в графике номинаций, активное использование возможностей морфологических средств русского языка в создании неологизмов. Показательно обнаружение факторов, определяющих эффективность бизнес-объектов: информативность, прецедентность, способность вызывать позитивную ассоциацию, оригинальность, наличие внутренней формы. Нам показалась интересной связь номинации на вывеске и заголовка текста. Мы согласны с мнением диссертанта о графике бизнес-объектов, когда в погоне за иноязычными включениями расшатываются основы внутрикультурной коммуникации. Интересно проанализированы способы словообразования этого типа классов. Диссертация содержит целый ряд интересных, *новых* наблюдений. Примеры: «Из единиц разговорной речи только 3% номинаций проникли в стиль рекламы. И то только потому, что именно в разговорной речи существуют уменьшительно-ласкательные формы» (с. 14). «Существуют аптеки в г. Воронеж, тяготеющие к третьему компоненту номинативной триады (покупатель/пользователь). В них указан положительный эффект, который будет достигнут потребителем в результате использования товара. Например, «Мелодия

Здоровья», «Радуга здоровья», «Мир здоровья», «Виток здоровья», «Формула здоровья»...» (с.15).

Весьма четко составлено Заключение по работе.

*Достоверность проведенного исследования* определяется тем, что М.А. Мануковская подвергла тщательному анализу весьма обширный и в чем-то разноплановый материал, принадлежащий городу Воронежу, рассмотрев его *методологически* правильно и логически непротиворечиво. Это также составляет *новизну* данного исследования, заключающуюся еще и в том, что бизнес-объекты расклассифицированы по группам, что отражает их речевой статус, желание не повторять обозначение, уже бывшее, существовавшее в употреблении пусть других городов.

Анализ автореферата позволяет сделать вывод, что это самостоятельная работа, в которой диссертантка проявила свое критическое отношение к трудам предшественников и в то же время весьма и весьма уважительное отношение к тому, что уже наработано.

Публикации по теме исследования вполне достаточны (11 работ, из них 5 в изданиях, отмеченных ВАК), они отражают главные положения диссертации.

Подытоживая рассмотрение автореферата диссертации М.А. Мануковской, отметим, что диссертация является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задач, имеющих весьма существенное значение для современного отечественного языкознания.

Судя по автореферату, диссертационная работа М.А. Мануковской «Языковые и речевые свойства имен собственных бизнес-объектов на материале русского языка» должна быть признана соответствующей требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям (то есть соответствующей п. 9 Положения о присуждении ученых степеней» ВАК РФ, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 № 842, и паспорту специальности 10.02.01 – русский язык), а ее автор Мария Алексеевна Мануковская, несомненно, заслуживает присуждения ей искомой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Против включения персональных данных, заключенных в отзыве, в документы, связанные с защитой указанной диссертации, и их дальнейшей обработки не возражаю.

Доктор филологических наук

(научная специальность 10.02.01 – русский язык), профессор, профессор кафедры русского языка и русской литературы ФГАОУ ВО «Белгородский государственный Национальный исследовательский университет»

Россия, 308015, Белгород, ул.Победы, 85.  
Тел. 8-(4722)-30-12-11; e-mail: [info@bsu.edu.ru](mailto:info@bsu.edu.ru)  
Сайт: <http://www.bsu.edu.ru/>

Кафедра русского языка и русской литературы  
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»  
Тел. 8-(4722)-30-18-24 e-mail: [wera\\_kharchenko@mail.ru](mailto:wera_kharchenko@mail.ru)

9 апреля 2022 года

Харченко Вера  
Константиновна

