

**Отзыв об автореферате диссертации**  
**Курбановой Малики Гумаровны**  
**«Эргонимы современного русского языка: семантика и прагматика»,**  
**представленной на соискание ученой степени кандидата**  
**филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык**  
**(Волгоград, 2015)**

Диссертация Курбановой М.Г. представляет собой полное и всестороннее исследование семантических и прагматических свойств эргонимов в современном русском языке.

Актуальность исследования обусловлена все возрастающей ролью эргонимов в современном ономастиконе.

Научная новизна заключается в том, что автор установила функции языкового воздействия эргонимов и способы достижения прагматической направленности.

Одно из достоинств данного исследования – это обширная теоретическая база; в первой главе автор рассмотрела все существующие концепции изучения онимов, их типологию, детально проанализировала труды, посвященные собственно эргонимам (О.С. Ахманова, В.И. Болотов, В.Д. Бондалетов, М. Бреаль, Н.Д.Арутюнова, Т.П.Романова, Н.С.Валгина и др.).

Заслуживает внимания четвертый параграф первой главы, в котором автор выявила основные способы образования эргонимов (языковая игра, заимствование, перенос значения, морфологические и неморфологические способы словообразования). Закономерен вывод о том, что эргонимы в большинстве представляют собой пласт лексики, которая, с одной стороны, нам хорошо знакома, а с другой (особенно это касается эргонимов, возникших на базе словообразования и языковой игры) – это совершенно новые формы слов, обладающие новой, дополненной семантикой и экспрессивностью с целью завоевания аудитории.

В третьей главе автор обратилась к прагматической направленности эргонимов: выделены основные способы языкового манипулирования, к которым прибегают предприниматели, чтобы воздействовать на потенциальных клиентов. Представлена подробная мотивационная классификация эргонимов и классификация психотипов потребителей. В результате автор приходит к выводу, что самым важным аспектом современного эргонима является коммуникативно-прагматический аспект, от которого зависит успешность названия.

В автореферате представлен богатый иллюстративный материал, есть необходимый комментарий примеров.

Основное содержание работы М.Г. Курбановой нашло отражение в тринадцати публикациях, четыре из которых опубликованы в научных изданиях, включенных в реестр ВАК.



Серьезных недостатков в работе не выявлено. Есть ряд вопросов, требующих уточнения:

- 1) В пятом параграфе третьей главы представлена классификация психографических типов потенциальных клиентов. Является ли данная классификация собственно авторской или она базируется на фундаментальных исследованиях в области маркетинга?
- 2) Рассматривала ли соискатель креолизованный текст в коммерческих названиях? Полагаем, что такие примеры эргонимов были бы интересны для изучения.

Проведенный нами анализ позволяет утверждать, что диссертация Курбановой Малики Гумаровны является самостоятельной законченной научно-квалифицированной работой, которая представляет собой исследование актуальной проблемы, характеризуется научной новизной, теоретической и практической значимостью, отвечает требованиям п.9, п.10, п.11, п.12, п.13, п.14 Положения о присуждении ученых степеней (утверждено постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 г. № 842), а её автор – Курбанова Малика Гумаровна заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – русский язык.

Кандидат филологических наук,  
доцент кафедры теории языка и русского языка  
Института филологии, журналистики и  
межкультурной коммуникации  
Южного федерального университета  
Горбунова Юлия Сергеевна

344002, г. Ростов-на-Дону  
ул. Б.Садовая, д. 33  
Т.: 8(863) 240-45-38  
Email: julialychkina@yandex.ru

