

# С Т А Н О В И Щ Е

за дисертационния труд  
**„Продуктовите имена в ИКЕА – традиция в развитие. Ономастично  
изследване“**

на *Цвета Бочева Добрева*

за присъждане на образователна и научна степен „доктор“  
научно направление Филология (съвременен шведски език – Ономастика)

СУ „Св. Кл. Охридски“

Факултет по класически и нови филологии  
Катедра „Германистика и скандинавистика“

*от проф. д.н. Анна Чолева-Димитрова*

Институт за български език „Проф. Л. Андрейчин“  
ръководител на Секцията по ономастика

Хремотонимията, като дял от ономастиката, бележи развитие в края на миналия век и то не във всички европейски страни. В България тя е слабо изследвана и позната. В началото на ХХI век тази все още не добре разработена ономастична област, се радва на засилен интерес от чужди учени, които изследват българската хремотонимия, радеещи за европейско единство, както и за културно многообразие.

Още в самото начало трябва да отбележа задоволството си, че имаме и български учен, който е насочил усилията си към проучването на чужди, конкретно шведски, продуктови имена в една фирма с глобално значение каквато е ИКЕА.

На вниманието ни е представен дисертационен труд в една нова версия. Той е с обем от 269 стр. и включва уводна част, четири глави и приложения (132 стр.).

В Увода авторката ни запознава с политиката на правителствата в Швеция преди и след ВСВ, характеризираща се най-точно с израза „дом на народа“ – „добре развито в социално отношение общество, в което няма бедни“ (7 стр.). Смятам за полезна тази въвеждаща информация, която в най-общи линии очертава т. нар. „шведски модел“, който цели да създаде „общество на благоденствието“ (8 стр.).

Много важни са и разгледаните особености в работата на фирмата – от самото ѝ основаване досега неизменно е запазена практиката да се наименува

всеки отделен продукт. Обикновено в повечето сходни фирми артикулите се номерират. Създателят на фирмата Кампрад е на мнение, че всеки продукт трябва да има свое име с цел „той да бъде лесно подбран и разграничен от останалите“.

Тук дисертантката поставя и основните въпроси, на които ще търси отговор, а това са: „как точно се избират имената; каква е политиката на компанията; какво влияние оказват имената при избора на продукти; каква е традицията в процеса на именуване“ (10 стр.). Тези въпроси ги приемам като конкретни задачи, които си поставя авторката.

Трябва да отбележа, че в тази част от труда бяха направени бележки, които дисертантката е взела под внимание и е нанесла доста поправки. Преработката на работата приемам с удовлетворение. Има обособени части от труда, които посочват целта и задачите, хипотезите, обекта, обхвата, източници на изследването, методи на изследване и терминология.

Добавена е точна информация за количеството изследван емпиричен материал. Методите са прецизирани.

Добрева с право отбелязва, че проучванията у нас, „свързани със спецификата на търговската номенклатура са скромни“. Все пак, авторката е обърнала внимание на част от публикациите в България, посветени на хремотонимията.

Глава втора разглежда процеса на наименоване на продуктите на ИКЕА през 50-те години на миналия век. Представени са твърде интересни факти, касаещи утвърдени принципи при избора на продуктовете имена: „мебели за сядане – винаги с топоними; библиотеки – винаги с мъжки имена; маси – винаги с женски имена“, 38 стр. Важни са направените заключения след разглеждането на хремотонимите след всяка изследвана година, както и обобщението за продуктовата номинация за разглеждания период.

Трета глава е посветена на продуктовете имена в ИКЕА през 1975 и 1995 г. Тук е направено сравнение с имената от предходните каталози. Особен интерес за дисертантката представляват имената с устойчива употреба. Установява се, че употребата на антропоними при продуктовете имена намалява, за разлика от увеличаващите се топоними. Изборът на продуктовете имена е част от доктрината на Кампрад за ИКЕА – да се съхрани шведската идентичност и да се популяризира по света. Добрева с право споменава, че „изборът на топоними за назоваване на продуктите играе ключова роля в този процес“, 114 стр.

Четвърта глава разглежда най-често употребяваните имена. Това, което липсва в тази част на труда е анкета за имената, проведена с потребителите.

Авторефератът включва всички важни моменти на изследването, изготвен е съобразно изискванията – включени са приносните моменти (5) и

направените публикации по темата на дисертацията (6). Приемам формулираните от дисертантката приноси за действителни.

Като цяло трудът **„Продуктовите имена в ИКЕА – традиция в развитие. Ономастично изследване“** е иновативно, необходимо и ценно изследване не само за европейската, но и за световната хремотонимия и ономастика.

**Това е един труд с приносен характер, което ми дава основание да препоръчам на уважаемите членове на научното жури да присъдят на г-жа Цвета Бочева Добрева образователната и научната степен „доктор“.**

София,  
12. 08. 2020 г.

А. Чолева-Димитрова