

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА
о диссертации Дрогайцевой Марины Александровны
«КОММУНИКАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ
МЕДИАНОМИНАЦИИ
(на материале названий региональных печатных средств
массовой информации)»,
представленной на соискание ученой степени
кандидата филологических наук по специальности
10.02.19 – теория языка

Диссертационное исследование Марины Александровны Дрогайцевой посвящено исследованию наименований изданий ряда областей России. Для обозначения своего объекта автор вводит понятие медианоминации, соотнося его с теорией номинации, с одной стороны, и с практикой нейминга, с другой.

Такая постановка проблемы представляется **актуальной**, поскольку такого рода референты – средства массовой информации, или СМИ, как они обозначаются в работе, относятся к мало изученным, а необходимость располагать знаниями о том, как складывается практика наименования разнообразных медиаинституций очевидна. Повышает актуальность поставленной в работе проблемы тот факт, что автор заявляет об исследовании таких наименований в аспекте их коммуникативной эффективности.

Этот аспект выявляет и **новизну** обсуждаемой диссертации: изучаемые в работе номинации не только впервые исследованы как номинативная система, но и впервые поставлен вопрос об их коммуникативной эффективности, что характеризует работу как новаторскую уже на уровне замысла. Кроме того, впервые разработана и применена система «вычисления» коммуникативной эффективности медианоминаций.

Методологическая база работы М.А. Дрогайцевой отличается современностью: наряду с классическими подходами к систематизации и анализу номинативных средств, она включает ассоциативный эксперимент и

технологии определения эффективности наименований с использованием компьютерных программ, что характеризует работу как заслуживающую самой высокой оценки.

Структура диссертации М.А. Дрогайцевой типична для квалификационных научных работ: в первой главе излагаются теоретические подходы к номинативным средствам, а во второй и третьей – их реализация по отношению к избранному объекту, при этом во второй главе реализован классический подход – лингвистический анализ, а в третьей представлены результаты эксперимента и компьютерной обработки материала. Такая структура работы говорит о ее соответствии стандартам квалификационных сочинений и позволяет оценить как теоретические позиции автора, так и качество результатов исследования.

Теоретическая глава работы М.А. Дрогайцевой отличается конкретностью, не начинается «от Аристотеля», как это бывает в диссертациях. Автор размещает свою работу в научных координатах теории номинации, ономастики, в том числе эргониимики, изучающей в том числе и коммерческие номинации, к которым автор работы и относит свой объект – медианоминации. Его теоретическое осмысление касается ряда аспектов, включая ономастический, функциональный, исторический и юридический. Результатом первой главы оказывается многоаспектная глубокая интерпретация медианоминаций с учетом современных лингвистических идей, что позволяет перейти к анализу объекта в аспекте, который обозначен в работе как коммуникативная эффективность. Таким образом, первая глава исследования представляет автора работы как лингвиста, владеющего современной теорией языка, ориентирующегося в современных лингвистических идеях, выработавшего ко многим из них критическое отношение.

Реальный материал исследования составили почти четыре сотни наименований разнообразных медиаинституций Центрально-Черноземного региона. Этот материал позволил увидеть все свойства медианоминации и

применить к нему новейшие способы исследования, что позволяет считать выборку достаточно репрезентативной для осмысления медианоминации как типа наименований, что составляет значительную проблему для теории языка.

Исследовательские главы работы убеждают в том, что М.А. Дрогайцевой удалось овладеть не только современной лингвистической теорией, но и целым рядом исследовательских методов и методик, в том числе включающие компьютерные технологии.

Вторая глава диссертации представляет результаты классического лингвистического анализа медианоминаций, которые охарактеризованы по степени сложности, характеру лексики, в том числе топонимической, графического отображения. Все типы медианоминаций представлены в процентном соотношении, что дает возможность оценить продуктивность разных языковых моделей. Полученную в итоге характеристику М.А. Дрогайцева соотносит с параметрами российского медиапространства, в частности, получившими отражение в медианоминациях. Таким образом, во второй главе представлена многоаспектная лингвистическая характеристика избранных наименований, на основании которой ставится вопрос об их коммуникативной эффективности, решение же этого вопроса и составляет содержание третьей главы работы.

Понятие коммуникативной эффективности М.А. Дрогайцева вслед за своим научным руководителем М.Е. Новичихиной связывает с коммерческой эффективностью и считает условием последней. В работе это качество номинации предстает как многофакторное явление: оно зависит от ассоциативного соответствия, информативности, мотивированности, фонетической привлекательности. Все эти аспекты относятся к восприятию изданий потенциальным читателем, который начинает знакомство с медиа с его названия. Поэтому естественно, что М.А. Дрогайцева обратилась к таким потенциальным читателям и в рамках лингвистического эксперимента провела их анкетирование.

Работа со значительным числом анкет позволила с большой точностью выявить наиболее эффективные наименования в восприятии информантов. Правда, многофакторность коммуникативной эффективности оборачивается многовекторностью оценок; так, по индексу ассоциативного соответствия «лидерами» оказываются «Аргументы и факты – Черноземье», «Комсомольская правда Воронеж», «Московский комсомолец» (С. 96); по индексу информативности – «Аргументы и факты – Черноземье», «Комсомольская правда Воронеж», «Тамбовский вестник» (С. 100–101); по фонетической привлекательности – «Курск», «Липецк», «Лекарь» (С. 103); по мотивационному потенциалу – «Друг для друга», «PREMIUM», «VIP» (С. 105). Как автор работы расценивает это расхождение и как интерпретирует его? Можно сказать, что М.А. Дрогайцева на данном этапе исследования полагает, что это «требует более углубленного научного осмысления» (С. 105), возлагая надежды на факторный анализ, к которому она прибегает далее.

Факторный анализ, как выясняется из дальнейших разделов диссертации, во-первых, предполагает оценку только части наименований, а во-вторых, основан на оценках участников эксперимента, он статистически обрабатывает эти оценки по определенному алгоритму. В результате этой обработки выясняется, что компьютерная технология служит подтверждением надежности полученных данных. Характерно, что в выводах к главе о факторном анализе не упоминается, а подчеркивается значимость контекста и поэтапность формирования коммуникативной привлекательности медианоминаций.

Таким образом, основным результатом проведенной работы можно считать многоаспектную характеристику названий медиа ряда областей Центральной России. Важно отметить, что собственно лингвистический анализ с учетом данных о медиaprостранстве региона и его фрагментированности сочетается в работе с психолингвистическим анализом при участии большого количества информантов и включении компьютерных

технологий, с помощью которых проведена статистическая обработка данных. Адекватности представления результатов исследования способствует тот факт, что они представлены в виде списков и таблиц в Приложениях, которые составили отдельный том диссертации.

Таким образом, формулируя общую оценку работы, следует сказать, что в диссертации решается серьезная задача, потребовавшая значительных усилий и вносящая важный вклад в теорию языка.

Теоретическое значение обсуждаемой диссертации состоит в том, что она вводит в сферу лингвистического внимания особый тип номинаций – медианоминации, представляет их многоаспектное описание с использованием разных методов – от классического лингвистического анализа до компьютерных технологий; в центре внимания оказывается аспект коммуникативной эффективности, который получает в работе интерпретацию как качество, в котором выявляется ряд факторов, связанных с восприятием наименования рядовым носителем языка.

Практическая ценность полученных результатов видится в возможности использования разработанного автором диссертации подхода к медианоминациям иных регионов, а также иных типов номинаций, для которых важен момент коммуникативной эффективности; кроме того, результаты обсуждаемой работы могут войти в практику преподавания медиалингвистики, теории языка, психолингвистики и компьютерных технологий в лингвистических исследованиях.

Что касается полемики, которую оппонент обязан провести в рамках защиты, то могу обратить внимание на следующие моменты. Осталось непонятным, почему М.А. Дрогайцева в осмыслении своего объекта так много внимания уделяет «выведению» его из ономастического пространства; что дает квалификация медианоминаций как «квазисобственных имен» для их анализа? Представляется, что они ничем не отличаются от других искусственных номинаций – имен улиц или названий кафе. Отмечу неудачные выражения: избрав термин медианоминации, нелогично

использовать термин «СМИ», тогда уж медиа или медиаинституты; в названии второй главы фигурирует выражение «классификация медианоминации», что кажется ошибочным: слово «классификация» предполагает множественное число распространителя. Есть недочеты в оформлении текста – пустоты в строках. Понятно, что эти замечания не влияют на высказанную общую высокую оценку работы М.А. Дрогайцевой.

Основные положения работы прошли необходимую апробацию. Автореферат и опубликованные Дрогайцевой Мариной Александровной статьи, в том числе пять статей в списке журналов ВАК, отражают основное содержание проведённого исследования. Диссертация М.А. Дрогайцевой «Коммуникативная эффективность медианоминации (на материале названий региональных печатных средств массовой информации)» является самостоятельным и завершённым исследованием, соответствует п. 9, 10, 11, 13, 14 «Положения о присуждении учёных степеней» в редакции постановления Правительства РФ от 24.09.2013 № 842, с изменениями Постановления Правительства РФ от 21.04.2016 г. № 335, а её автор – Дрогайцева Марина Александровна – заслуживает присвоения ей искомой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.19 – теория языка.

Профессор кафедры журналистики
Новгородского государственного университета

имени Ярослава Мудрого,
доктор филологических наук

Т.В. Шмелева



2.09.2019

Доктор филологических наук по специальности 10.02.01

Т.В. Шмелева

г. Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41

www.novsu.ru

телефон кафедры журналистики 8 (8162) 974255

e-mail: szmiel@mail.ru



Подпись *Шмелева*
Завещаю
Вед. специалист *Шмелева*
Отдела кадров НовГУ
«02» 09 2019 г.