

Отзыв

об автореферате 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.

664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11
E-mail администрации: info@isea.ru
Тел.: 5-0000-8

26 августа 2019 года

Диссертация М. А. Дрогайцевой посвящена исследованию языковой номинации средств массовой информации. На фоне конкуренции печатных СМИ с аудиовизуальными и электронными, которая происходит в новых условиях адаптации к цифровой медиасреде, выбор темы представляется своевременным. Острая для информационных институтов проблематика соотносится с нерешенными вопросами научных исследований в ономастике. Действительно, медианоминации, обладая яркой спецификой, позволяют получить сведения относительно категории адресатности, функции языка, механизмов успешной коммуникации, стратегий номинаторов, а постоянно пополняемое новыми элементами ономастическое пространство представляет обширный материал для исследований. В этой связи изучение коммуникативной эффективности медианоминации помимо решения других вопросов позволяет сделать выводы о механизмах интерпретации информации, уточнить основные и частные функции медианазваний, получить новые данные относительно адресатной семантики медиадискурса. Сказанное определяет *актуальность* обсуждаемой работы.

Поставленная цель исследования коммуникативной эффективности современной медианоминации выполнена. Автор приходит к интересным для лингвистической прагматики выводам; одним из наиболее ценных, по нашему мнению, является гипотеза о том, что потенциал медианоминации может быть оценен качественно и количественно, что дает возможность регулировать процесс нейминга в медийной сфере. Второй важный момент работы составляет разработка методики оценки медианоминации путем расчета показателей-индексов с опорой на результаты проведенного ассоциативного эксперимента и на основе значимых для языкового сознания признаков. Из текста автореферата можно сделать вывод, о том, что автору удастся доказать представленную гипотезу.

Диссертация М. А. Дрогайцевой *теоретически и методологически* значима. В теоретическом плане среди достоинств работы следует указать на системное описание процесса медианоминации. Автор исследует этот процесс не изолированно, а как элемент в системе коммерческих имен, что вполне соответствует антропоцентрическому вектору осмысления языковых явлений сквозь призму социально значимых практик. Системный подход прослеживается и в исследовании составляющих коммуникативной

эффективности медианоминания, которые представляют собой разноуровневые образования. Это позволяет автору выявить некоторые уровни и части системы, которые не даны учёным в прямом наблюдении, но могут быть восстановлены. Тщательно продуманная методология анализа материала в экспериментальной части с опорой на принятые в психолингвистике антропометрические методы исследования логично вписывается в общую идею работы. Это в целом показывает междисциплинарный потенциал психолингвистических методов в лингвистике, а апробированная методика оценки коммуникативной эффективности дает основания считать, что положения, выносимые на защиту, являются доказанными. Достоверность полученных результатов не вызывает сомнения, что подкрепляется данными проведенного ассоциативного эксперимента.

При всех положительных свойствах работы хотелось бы задать автору вопросы, которые не снижают качества аргументированности выводов.

1. Автор пишет, что «ядром антропоцентрического направления является психолингвистика» (с. 15 автореферата). Но разве сам антропоцентризм не трактуется «как общенаучное направление в гуманитарных науках» [Болдырев, 2016, с. 17]?

2. Второй вопрос связан с ассоциативным экспериментом как исследовательской процедурой. На с. 22 автор справедливо отмечает важность контекста, говоря о том, что «фон медианазвания образуется в результате продуктивной умственной деятельности потенциального читателя». Однако из текста автореферата непонятно, как проводился отбор потенциальных респондентов, учитывались ли характеристики, такие как пол, возраст, принадлежность профессии (тем более, что в исследовании представлены названия, принадлежащие разным сегментам издательского рынка). Почему в реализации метода выявления субъективных ожиданий участвовало 240 респондентов, а в использовании метода выявления субъективных предпочтений – 120, при том, что в эксперименте участвовало 400 респондентов?

Указанные вопросы носят дискуссионный характер, возможно, в тексте диссертации имеются все пояснения.

На основании вышеизложенного следует признать, что диссертация «Коммуникативная эффективность медианоминания (на материале названий региональных печатных средств массовой информации)» заслуживает высокой оценки, а ее автор, Марина Александровна Дрогайцева, достойна присуждения ей искомой ученой степени кандидата филологических наук по заявленной специальности.

Доцент кафедры
иностраных языков ФГБОУ ВО
«Байкальский Государственный
Университет»
(10.02.19)

Н.С. Барбина



Подпись Барбина Н.С.
удостоверяю
Барбина Н.С.
ФГБОУ ВО «БГУ»
«16» 02 2019 г.