

Отзыв  
об автореферате диссертации на соискание ученой степени кандидата  
филологических наук (10.02.19 – теория языка)  
«Коммуникативная эффективность медианоминации (на материале названий  
региональных печатных средств массовой информации)»  
Дрогайцевой Марины Александровны

Автореферат Марины Александровны Дрогайцевой отражает результаты глубокой, содержательной и, несомненно, актуальной научной работы. Повышение эффективности региональных печатных СМИ – важнейшая задача для современной журналистики.

Выявление коммуникативного потенциала медианоминации, по мнению диссертанта, позволяет прогнозировать результаты воздействия информации на массового адресата. В автореферате убедительно и последовательно это доказывается. Во-первых, привлечен достаточно обширный эмпирический материал. В диссертации исследуются названия печатных средств массовой информации Белгородской, Воронежской, Курской, Липецкой и Тамбовской областей (397 названий). Общее количество рассмотренных названий, отобранных методом сплошной выборки, – 397. Кроме того, анализируются реакции респондентов, которые выявляются на основе метода ассоциативного эксперимента, методов выявления субъективных ожиданий и субъективных предпочтений (87340 реакций).

Во-вторых, диссертационное исследование базируется на важнейших методологических положениях современной науки в области ономастики, психолингвистики, лингвопрагматики.

Так, в первой главе, посвященной теоретическим аспектам исследования феномена медианоминации, М.А. Дрогайцева совершенно справедливо делает акцент на категории «ономастическое поле» в противовес понятию «ономастическое пространство», поскольку ей важно не просто исследовать совокупность имен собственных в сфере медиакommunikации, но проследить «системно-структурные отношения и связи», позволяющие представить имена собственные (названия региональных СМИ) как упорядоченную, иерархизированную совокупность. Решена и другая задача: определен статус медианоминации как элемента системы номинации, определены его особенности (в отличие от прагматонимов, геортонимов, порейонимов, гемеронимов, эргонимов и т.п.) Диссертант обосновывает уход от понятий гемероним (наименования печатных изданий) и эргоним («собственные имена любых деловых объектов», которые создаются «с целью прагматического воздействия на адресата»), поскольку первый представляется слишком узким, второй – слишком широким. Действительно, группа коммерческих названий настолько неоднородна, что отдельные ее разряды до сих пор остаются недостаточно

изученными, поэтому диссертант рассматривает в первой главе феномен медианоминации и описывает место медианоминации в системе коммерческой номинации.

Определены функции медианоминации (номинативная, информативная, коммуникативная; идентифицирующая, суггестивная, рекомендательная, имиджевая, аттрактивная, эстетическая. М.А. Дрогайцевой выявлены таргетивная и позиционирующая функция медианоминации, которые не были замечены другими исследователями ранее. При этом она справедливо указывает, что нельзя сводить цели СМИ исключительно к коммерческому аспекту, поскольку основные цели СМИ – это формирование общественного мнения и формулирование общественных интересов граждан.

*Вторая глава* диссертации М.А. Дрогайцевой посвящена классификации современной медианоминации. Исследуются типичные способы формирования современной медианоминации, выявляются ее языковые особенности, а также систематизируется фактический материал. По мнению автора диссертационной работы, описание исследуемого материала позволяет выявить частотность той или иной стратегии именования в практике формирования медианазвания. Например, осуществленная классификация современной медианоминации на основе тематических сегментов российского издательского рынка позволила систематизировать эмпирическую базу исследования и сделать ее основой оценки коммуникативной эффективности современной медианоминации в экспериментальной части работы.

*В третьей главе* диссертации М.А. Дрогайцевой описывается методика оценки коммуникативной эффективности медианоминации. Автор пишет, что основными составляющими коммуникативной эффективности медианоминации являются ассоциативное соответствие, информативность, фонетическая привлекательность, мотивационный потенциал. Это не вызывает сомнений.

Однако использование при исследовании фонетической привлекательности компьютерной программы, в основе которой лежит методика А.П. Журавлева представляется спорной (в автореферате не указаны авторы данной программы и ее предназначение).

В автореферате также утверждается, что «тщательный анализ феномена субъективной актуальности выстроенного образа именуемого издания, а также перспектива формирования медианазвания сквозь «призму» контекста способны расширить инструментарий методик и стратегий эффективного коммуникативного воздействия на потенциального читателя при помощи медианоминации» (с.22)», однако суть этих методик и стратегий не совсем ясна. Возможно, в тексте диссертации указанные методики и стратегии изложены более подробно. Данные замечания не умаляют

достоинств данной работы. Диссертация интересная, содержательная, в ней есть несомненная новизна, теоретическая и практическая значимость.

Все это позволяет утверждать, что диссертации Марины Александровны Дрогайцевой «Коммуникативная эффективность медианоминации (на материале названий региональных печатных средств массовой информации)» может быть рекомендована к защите на соискание ученой степени кандидата филологических наук (10.02.19 – теория языка), а а диссертант заслуживает степени кандидата филологических наук

Доктор пед.наук профессор кафедры  
«Русский язык, литература и лингвокриминалистика»  
Гуманитарно-педагогического института  
Тольяттинского государственного университета



Л.А.Сомова

Россия. 445020, Самарская область,  
г.Тольятти, ул. Белорусская,14  
тел.: +7(927) 2132960  
E-mail:makso@yandex.ru

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

30.08.2019



Подпись Сомовой Л.А.  
ЗАВЕРЯЮ  
начальник управления делами ТГУ  
  
20 19 г.