

ОТЗЫВ

официального оппонента

о диссертации Никиты Сергеевича Самойленко «Позиционирование в тексте СМИ: номинативный аспект», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика (Воронеж, 2017. 170 с.)

Среди филологических проблем, постоянное внимание к которым не зависит ни от смены векторов и среды познания, ни от эволюции объекта, заметное место занимает соотношенность именования и сути именуемого феномена. В состав ракурсов рассмотрения всё чаще включаются связи между медиапространством и динамической системой номинаций.

Диссертация Н.С.Самойленко успешно реализует комплекс установленных квалификационных требований. Исследование отражает на добротном медийном материале актуальную поисковую ситуацию. Приоритетным вектором раскрывается двуединство «обобщенный образец медиапредставления – его реализация». Четко выдержана оригинальная объяснительная иерархия: сам обобщенный образец представляет тетраду, в которой сопряжены содержательная модель издания /выпуска, проекта/ - типовая подача контента – системные языковые отношения - творческий, «штучный» подход тех или иных авторов к медийному /в т.ч.рекламному, пиаровскому/ заданию.

Носителем емкой тетрады впервые в медиалогии предстало позиционирование. Его раскрытие опирается на оригинальный анализ разнообразных подходов, принципов, истолкований (п.1.1), развивается собственным рабочим определением и родо-видовыми уточнениями, например, феноменом «эффективное позиционирование».

В убедительной авторской дефиниции выдержано единство интеграции и приоритетности: «Мы считаем необходимым предложить интегративное

по отношению к иным теоретическим работам определение позиционирования, которого и будем придерживаться в нашей работе в дальнейшем: позиционирование – это фиксация определенного понятного аудитории образа, имиджа отображаемого объекта или явления действительности, продуцируемая и репродуцируемая средствами массовой информации и другими медиа с целью занять обособленное положение в сознании целевой аудитории» (с.30). В дальнейшем объяснительная сила такого подхода подтверждается конкретизациями – в частности, обоснованием эффективного позиционирования как корреляции между видением автора (номинатора) и восприятием аудитории. Основным условием эффективного позиционирования автор считает то, насколько достигается цель, поставленная автором (номинатором). Причем избранный эмпирический корпус раскрывает принципиальную объемность позиционирования, его полифонию на глубинном слое. В приведенной формулировке просматривается суть реализации позиционирования и его номинативного аспекта. Ее являет понятийный ряд «цель – автор - приемы – система – формирование». Он закреплен косвенно-терминологически («видение» и т.п.) - а потому сам специфически эффективен.

Иллюстративное проявление развивает категоризацию далее, приводит исследователя к убедительной результирующей характеристике.

Ее, в частности, раскрывает разносторонне показательный «пример, когда единственная номинация, употреблённая в СМИ, становится предметом медиаскандала» (С.44). Так, 10 февраля 2015 года в эфире американского телеканала «CNN» вооружённые силы Украины были названы «*проамериканскими войсками*» (“*pro-U.S. Troops*”), что повлекло за собой широкую дискуссию в российских и украинских СМИ: украинский телеканал “ТСН”: “*CNN назвал Вооруженные силы Украины проамериканскими войсками*”; “Комсомольская правда”: “*CNN впервые честно назвал армию Украины проамериканскими войсками*”; “Вести”: “*Канал CNN шокировал зрителей сообщением о проамериканских войсках на Украине*” ...».

Наиболее значима, на наш взгляд, импликация из оригинально-строного анализа впечатляющего примера, связанная с использованием инфологем (Н.С.Самойленко, опираясь на положения И.Н.Панарина, четко характеризует их на с.37 как ложную, искаженную или неполную информацию, которая представляет «реальные события идеологическими мифами, политическими пропагандистскими измышлениями»). (Анти)системность такого позиционирования тяготеет к саморазоблачению, которое оказывается закономерным.

В подходе же диссертанта к этой познавательной ситуации подтверждается не менее закономерный отрядный парадокс. А именно: концептуальная дисциплина и эпистемический баланс благоприятствуют творческой научной характеристике шаблонов, включая инфологемы в ракурсе позиционирования.

Представленная направленность исследования обеспечивает систему реализации квалификационных параметров диссертационного жанра. Разноаспектно обоснована **актуальность** избранного проблемного комплекса; это стало условием постановки многомерной **цели**. Цель работы соположена цели позиционирования: «завоевать доверие, сформировать положительный имидж, показать достоинства объекта позиционирования в сравнении с конкурентом или, напротив, – очернить, вызвать негативные ассоциации с объектом позиционирования. Все большее значение приобретают номинативные возможности языка, позволяющие решать различные задачи, связанные с позиционированием» (с.3). Такое телеологическое крепление способствует внутренней стройности труда.

Предмет и объект корректно соотнесены по инструментальному сечению: «**Объектом** исследования является феномен позиционирования в тексте СМИ. **Предметом исследования** явились номинативные инструменты позиционирования в тексте СМИ» (с.4).

Этим мотивирован дифференцированный и притом цельный **методи-ко-методологический** арсенал и инструментарий. Используемый операциональный комплекс опирается на общенаучные принципы объективности и системности, позволяет рассмотреть свод дискурсов, «диагностических» для позиционирования, как целостную систему в рамках единого медийного процесса.

Инструментарий носит многоуровневый характер. На вершине этого «эпистемического айсберга» - новационная апробированная «авторская» методика количественной оценки эффективности позиционирования номинативными средствами. Она позволила вывести количественную оценку эффективности позиционирования. Подтвердил свою объяснительную силу специфический численный показатель – индекс эффективности позиционирования (ИЭП).

В результате номинативный аспект, развернутый номинативными вариантами, оригинально, доказательно ранжирован в соответствии с признаком: эффективность / неэффективность позиционирования. Оказывается возможным решить актуальную проблему выбора номинатором наиболее целесообразного варианта номинации при осуществлении стратегии позиционирования.

Уместно оговорены необходимые ограничения. В их составе особо значима своеобразная интеграция лимитаций: «ИЭП показывает себя как эффективный критерий для оценки номинаций, но наиболее релевантный результат может быть получен при синтезе методик, а именно при сопоставлении результатов расчета ИЭП и результатов факторного анализа» (с.144).

Основной поисковый результат определяется как убедительная систематика динамики объекта. Вообще фиксация динамики – вечно актуальная задача познания. В этом плане особой поддержки достойно остенсивное представление результатов: пять таблиц, рисунок, особенно же примечателен разносторонне современный «График компонент в повернутом

пространстве» на с.138. Сообразный найденным связям предметно-методологический синкретизм позволяет уместно расширять объект изучения. Составляется единое представление об условно разделенном пространстве знания, исчезает опасность отсечения «неудобных» фактов, примеров и трудно поддающихся единому анализу данных из «смежных» отраслей знаний.

В этой сфере диссертантом впервые упорядочены взаимно-неоднозначные соответствия, проявления дисбаланса между сторонами позиционирования. Значимую системность автор раскрывает приоритетно-четким соотнесением информационного повода, объекта позиционирования и позиционирующих номинаций в различных СМИ.

Таков фрагмент представления системной динамики на с.78: « **Информационный повод:** “события на Болотной площади (2012 год)”»; **Объект позиционирования:** “либеральные силы, поддерживающие или принимающие непосредственное участие в митинге”»; **Позиционирующие номинации в российских СМИ:** *болотновцы; рассерженные горожане; пятая колонна*”; **Позиционирующие номинации в западных СМИ:** *opposition (англ. оппозиция); protesters (англ. протестующие)*”».

Четкие, концептуально детерминированные корреляции подкреплены индексами эффективности позиционирования - индексы красноречиво объективны, отчасти неожиданны в их числовой данности. Например (с.100):

ИЭП позиционирующих номинаций

С целью сформировать позитивную позицию	С целью сформировать негативную позицию
ИЭП болотновцы = 1.6 %	ИЭП госпереворот = 43 %
ИЭП воссоединение = 27 %	ИЭП бородатые школьники = 45 %
ИЭП правительственная армия = 16 %	ИЭП переворот = 28.3 %

Впервые выстроены разносторонне значимые корреляции ключевых именований «повестки дня». Например: *ополченцы* («Российская газета», «Первый канал», «Russia Today», «Телеканал Дождь», «Газета.ру.») - *силы самообороны* («Runovosti.ru») - *армия Новороссии* («Правда») - *сепаратисты* («Эхо Москвы», «Газета.ру», русскоязычный вариант «Голоса Америки») - *боевики* («Украинская правда», «Факты.ua») - *террористы* («Украинская правда») - *бандиты* («Ukrnews») - *российские наемники* («Censor.net.ua») - *колорады* (Glavred.info) - *self-defenceforce* (что соответствует русскоязычному варианту *силы самообороны*) («Russia Today») - *pro-russianrebels* (что соответствует русскоязычному варианту *проросийские повстанцы*) («Washington Post», «Voice of America», «Independent»).

Такая многогранная и четко раскрытая автором динамическая система являет глубинную связь между закономерностями трех сфер: общей медийной доминанты - содержательной модели СМИ - семантического поля.

Весь путь результативного поиска, вся «эпистемическая интрига» труда подтверждают идею, напечатанную в первой главе, развернутую во второй и предустановленную в итоговом защищаемом положении: «5. Оценка эффективности позиционирования номинативными средствами может быть осуществлена путем расчета особого количественного показателя – индекса эффективности позиционирования, а также путем использования статистического метода факторного анализа; данные методы следует рассматривать как взаимодополняющие» (с.10). Материал, обобщения второй главы - серьезный вклад диссертанта в значимую сферу, а именно в представление с единых позиций медийной и речевой лексической системности. Это, с одной стороны, полностью укладывается в комплекс поставленных задач, а с другой - расширяет сущностный результат поиска. В данном плане интересны характеристики онимов и отонимических дериватов в единстве с нарицательными. Таково, например, системное осмысление места единиц в содержа-

тельной модели «британской "The Guardian" "Pro-Assad troops retake territory near Latakia stronghold" (*проасадовские силы*). (,,)Анализ приведенных в качестве примеров заголовков позволяет нам сделать вывод, что в случае, если номинация не отражает точку зрения издания, СМИ приходится номинировать объект иным образом» (с.67).

Все отмеченные достоинства обеспечивают общую приоритетную модель анализа. Она обобщает систему номинативных граней позиционирования и развернута **в адекватной композиции**. Отталкиваясь от обоснования актуализации новых функций журналистики медийными преобразованиями (п.1.1), Н.С.Самойленко оригинально, богато дефинирует позиционирование, соотносит его с формированием медиареальности и раскрывает в инструментально-стратегическом ракурсе (1.2-1.5). На этой основе вырастает последовательная, глубоко самостоятельная систематика факторов (не)эффективности позиционирования (2.1-2.3) с уточнением медиеведческих возможностей факторного анализа и его интерпретации (2.4,2.5). Изложение материала диссертации структурировано внутренне прочно. Две главы закономерно симметричны, равновелики (по 58 страниц), что сопряжено с их глубинной стройностью. Особенно интересна систематика объекта во второй главе: здесь различия и сходства исследуемых единиц раскрыты на основе их взаимопредназначенности.

Достоинство выработанной модели относится и к раскрытию титульного комплекса труда. Заявленное и исследованное автором позиционирование предстает многоаспектно - и номинативный его аспект явлен многослойно, причем с должными ограничениями. Единство феномена и его аспекта впервые показано в актуальных взаимозависимостях: жестких и - динамических; собственно медийных - и лингвистических.

Усматриваем в этом подтверждение давних плодотворных тенденций Воронежской филологической школы, в данном случае – органической взаимодополнимости концепций М.Е.Новичихиной и З.Д.Поповой -

ИА.Стернина (включая его недавнюю работу в соавторстве, обосновывающую новый тип значения слова - коммуникативного). Именно потому удается с единых позиций раскрыть резкие «скачки» в динамике столь разных сфер, как политическая журналистика и маркетинг, новостные жанры и имиджмейкинг. Реализована установка «экстраполировать основные положения теории позиционирования, сложившейся в рамках маркетингового подхода, на проблему позиционирования в современном политическом медиадискурсе, в частности, номинативными средствами» (с.146).

Теоретическую ценность труда Н.С.Самойленко можно обобщить как обоснование релевантных категориальных связей в систематике объектного пространства. Взаимораскрытие различных «макрофеноменов»: позиционирования и богатства его реализаций – усилило систематику каждого из них как самодостаточного объекта. **Научную новизну** диссертации в итоге репрезентирует два обобщающих взаимосвязанных результата. Первый – точное артикулирование неразрывной глубинной связи между взаимодополняющими сторонами позиционирования. Второй результат - методологически безукоризненный анализ динамики объекта. Соответственно, в работе представлена нетривиальная формализация описания феноменов. Подчеркнем также: выработанная автором систематика может послужить созданию «когнитивного противоядия», упреждающего деструктивное позиционирование.

В труде полностью выдержано **соответствие между основными положениями, результатами, с одной стороны, и заявленной квалификационной специальностью, с другой.** Оригинальность, господствующая в диссертационном исследовании, реализована и в специфическом единстве тех позиций паспорта специальности, которые нашли отражение в научном поиске. Наиболее показательна разработка автором таких компонентов формулы специальности, входящей в паспорт 10.01.10 - Журналистика: «Менеджмент и реклама, сетевая (компьютерная) журналистика, социологические,

психологические, этические и правовые аспекты журналистского творчества, язык СМИ».

Практическая ценность результатов носит двусторонний характер. Она состоит, во-первых, в дидактической востребованности выводов, материалов для подготовки бакалавров и магистров филологических, журналистских направлений, для формирования соответствующих компетенций, что поможет выработать и «акциональное противоядие» против деструктивного позиционирования.

Во-вторых, работа Н.С. Самойленко суть еще и дискурсивно сгруппированный материал к словарю особого типа (тезаурусу позиционирования) и высокого объяснительного потенциала. В источнике, закономерно вырастающем из наблюдений и обобщений диссертанта, найдут место семантические спецификации, в традициях известного словаря Г.Я.Солганика (от представления временного смысла у единиц «страна» и т.п.- до дефинирования «медиаконцентратов», онимов типа «Гайд-парк» и «Флит-стрит»). В таком проекте можно приоритетно представить такие связи, которыми соединены медийные феномены и системные отношения в сфере номинации, причем как ономаσιологические, так и семасиологические.

Результаты диссертации достойно представлены научной общественности. **Тринадцать публикаций** в авторитетных издающих организациях характеризуются взаимодополнимостью содержания и полно представляют основные результаты диссертации. Выдержана корреляция между направленностью глав, параграфов, с одной стороны, - и печатных трудов диссертанта, с другой. Показателен ряд соответствий. Репрезентативна, например, соотнесенность п.1.4 и следующей статьи 2015 г. в издании «ВАКовского списка»: Номинация как инструмент позиционирования в СМИ (на примере публикаций, освещающих битву за донецкий аэропорт 03.10.2014) (Вестник Воронежского государственного университета. Филология. Журналистика. Воронеж, 2015. № 3.С.159-160).

Итак, работа диссертанта характеризуется бесспорной новизной научных дескрипций, необходимым концептуально-эмпирическим балансом, пропорциональным представлением результатов. Должный уровень их **апробации** на конференциях различной тематики отражает общую ценность диссертации. Избранные **методы, приемы** адекватны успешно решенным **задачам**, природе эмпирического пространства, своеобразным и ясно выделенным **предмету и объекту**. **Цель** труда реализована. Выводы значительны и достоверны, являют полноту доказательства **защищаемых положений**. Квалификационную адекватность исследования полно являет их единство. Итоги труда представлены так, что убедительно распознается их новизна.

Научная оригинальность результатов носит системный характер, охватывает четыре важных формы знания: частные и общие категории, тенденции и закономерности.

Оценка достоверности результатов исследования выявила, что основная идея базируется на комплексном анализе коммуникативных - а именно медийных - практик. Этому сопутствует должная культура оформления научного аппарата. Налицо также качественная и количественная соотнесенность между авторскими результатами и результатами, полученными в иных независимых исследованиях различных направлений. Это относится к тем случаям, когда такое соотнесение является обоснованным, а именно к многомерной систематике номинаций и соответствующих отношений вариантности, альтернативности.

Приоритетная и исчерпывающая разработка оригинального проблемного комплекса, полнота и глубина реализации цели в труде Н.С.Самойленко не означают отсутствия сомнений по отдельным вопросам. Отметим две позиции.

Во-первых, почти не освещены безальтернативные номинации. Автор, закономерно уделяя пристальное внимание «альтернативным вариантам номинации» (п.2.2), их высокой объяснительной силе для решаемых задач, об-

ходит вниманием такие номинативные средства позиционирования, которые не участвуют в системных отношениях вариантности или же могут быть сведены к инварианту.

Они менее частотны, чем варианты, – и важны для системности (в том числе медиадискурсивной) по-своему. Таковы нарицательные номинации («голокоост»), ряд онимов (именования произведений искусства, артонимы, например, трагедия «Король Лир», фильм «Матильда»; микротопонимы типа «Гайд-парк», «Болотная площадь» и др.). Они далеко не безразличны для позиционирования.

Во-вторых, несколько сомнительна абсолютизации относительного. Это касается одной из характеристик эффективности позиционирования, которая генерализована в четвертом из защищаемых положений и раскрыта в нескольких фрагментах.

По утверждению диссертанта, «...эффективность позиционирования следует рассматривать как понятие относительное: допустимо говорить об эффективности лишь применительно к определенному событию, определенному времени, определенной аудитории» (с.10).

Корректность утверждения такова, что отчасти даже настораживает. Разве нельзя себе представить эффективность более общую, а не применительно лишь к отдельному параметру...

Более того. Именно учет возможной широты эффективности, даже всеобщности органичнее для концепции автора, для свойственной ему доказательности. Ведь «определенность» события и т.п. достаточно условна. А установка на *большую* широту возможной эффективности в принципе соответствует избранной категоризации, поскольку может вытекать из сущностных черт позиционирования.

Частные замечания только подчеркивают общую безупречность исследовательской логики. В целом диссертационный труд Н.С.Самойленко полностью отвечает установленным требованиям. Как показывают результаты и

позиции исследования, диссертация Никиты Сергеевича Самойленко «Позиционирование в тексте СМИ: номинативный аспект» представляет собой научно-квалификационную работу, которая соответствует всем требованиям, установленным для кандидатских диссертаций в пунктах 11,13,14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842 (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 21 апреля 2016 г. № 335), а также требованиям Приказа Минобрнауки РФ № 1093 от 10 ноября 2017 г. «Об утверждении Положения о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук» (Приложение, п.30). Категориальная база исследования, все его направления отвечает квалификационной специальности 10.01.10 – Журналистика. Диссертант, Никита Сергеевич Самойленко, заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика.

Официальный оппонент, д.филол.н. (10.01.19 – Теория языка + 10.01.10 – Журналистика), проф., проф. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «КубГУ»

А.Л.Факторович

Александр Львович Факторович

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149; тел.: +7 (861) 219-95-01;

8 (918) 4173868; e-mail: af03@mail.ru ; Сайт организации: <https://kubsu.ru/>

350090, Краснодар, ул.Лазурная,66,кв.43

13 марта 2018 г.

Подпись А.Л.Факторовича заверяю

