Проект

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 212.084.06 НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ИММАНУИЛА КАНТА» ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от 13.10.2017, № 12

о присуждении Собко Татьяне Юрьевне, гражданке Республики Беларусь, ученой степени кандидата филологических наук.

Диссертация «Побудительная модальность в дискурсе русскоязычной социальной рекламы (с привлечением данных немецкого и английского языков)» по специальностям 10.02.01 (Русский язык), 10.02.19 (Теория языка) принята к защите 28 июля 2017 г., протокол № 11, диссертационным советом Д 212.084.06, созданным на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Балтийский федеральный университет им. И. Канта», Минобрнауки России, 236041, г. Калининград, ул. А. Невского, 14 (приказ от 15 февраля 2013 г. № 75-нк).

Соискатель Собко Татьяна Юрьевна, 1988 года рождения, в 2010 году с отличием окончила учреждение образования «Барановичский государственный университет» (Республика Беларусь, г. Барановичи) по специальности «Немецкий язык. Английский язык», в 2017 году окончила аспирантуру федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта» по специальности 10.02.01 – русский язык.

Диссертация выполнена в Институте гуманитарных наук федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта» Минобрнауки РФ.

Научный руководитель – доктор филол. наук, профессор Ваулина Светлана Сергеевна, Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, Институт гуманитарных наук, профессор.

Официальные оппоненты:

Ягодкина Марьяна Валериевна, д. филол. наук, проф., государственное автономное образовательное учреждение высшего образования Ленинградской области «Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина», кафедра рекламы и общественных коммуникаций, зав. кафедрой;

Анисимова Татьяна Валентиновна, д. филол. наук, проф., федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный университет», кафедра журналистики и медиакоммуникаций, профессор

дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского», г. Ярославль, в своём положительном заключении, подписанном канд. филол. наук., доц., зав. кафедрой теории коммуникации и рекламы Шустиной Ириной Викторовной, указала, что диссертация соответствует паспортам научных специальностей 10.02.01 – русский язык, 10.02.19 – теория языка, отвечает требованиям п.9. «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук.

Соискатель имеет 14 опубликованных работ по теме диссертации общим объемом 6.0 п. л., включая 6 статей в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России. В диссертации представлены достоверные сведения об опубликованных соискателем работах. Наиболее значимые работы: Собко Т.Ю. Периферийные средства выражения побудительной модальности в дискурсе социальной рекламы // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. №1. Калининград: Изд-во БФУ, 2016. С. 32 – 37 (0,37 п.л.); Собко Т.Ю. Значения необходимости и возможности как экспликаторы побудительной модальности в дискурсе социальной рекламы (на материале русского, немецкого и английского языков) // Всероссийский научный журнал «Общественные науки». № 2 (Т. 1). М.: Изд-во ММИ наука, 2016. С. 354 – 361 (0,55 п.л.); Собко Т.Ю. Средства выражения совета в дискурсе социальной рекламы (на материале русского, немецкого и английского языков) // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Лингвистика и Педагогика. №4 (21). Курск: Изд-во ЮЗГУ, 2016. С. 107 – 113 (0,4 п.л.); Ваулина С.С., Собко Т.Ю. Модальное микрополе побуждения в дискурсе русскоязычной и немецкоязычной социальной рекламы // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. Т. 16. № 2. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2017. С. 97 – 107 (0,7 п.л.).

На автореферат поступили отзывы: Ильиновой Е.Ю., д. филол. н., проф. кафедры английской филологии Волгоградского государственного университета, Серебряковой С. В., д. филол. н., проф., зав. кафедрой теории и практики перевода Северо-Кавказского федерального университета, Загоровской О.В., д. филол. н., проф. кафедры русского языка, современной русской и зарубежной литературы Воронежского государственного педагогического университета, Писарь Н.В., канд. филол. наук, доцента кафедры русского языка

Калининградского государственного технического университета, Шлык Е.В., канд. филол. наук, доцента кафедры иностранных языков Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского, Захаровой Е.П., канд. филол. наук, доцента кафедры русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного Саратовского государственного национального исследовательского университета.

Имеющиеся в отзывах замечания связаны с целесообразностью размещения иллюстративного материала в виде приложения, проведения тестирования целевой группы воздействия для определения перлокутивного эффекта рекламного сообщения, с дополнением тематической классификации социальной рекламы. Вопросы касаются причин преимущественного использования определенных групп директивных речевых актов в дискурсе социальной рекламы на русском, немецком и английском языках, способов измерения эффективности социальной рекламы, структуры языковой категории модальности.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается их компетентностью в области речевой коммуникации, современных масс-медиа и наличием у них соответствующих публикаций. Ведущая организация широко известна достижениями в области изучения рекламной коммуникации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

обосновано выделение дискурса социальной рекламы в качестве вида институционального дискурса;

предложен тезис, согласно которому побуждение составляет структурно-содержательную основу социальной рекламы, являясь основополагающим способом оказания речевого воздействия в дискурсе социальной рекламы;

разработана идея о модальной природе побудительной семантики, образующей соответствующее микрополе и являющейся структурным компонентом прагматической модальности;

определено, что специфика плана содержания побудительной модальности в дискурсе социальной рекламы является результатом взаимодействия номинативной и коммуникативно-прагматической функций, которые проявляются в презентации социальной проблемы и побуждении реципиентов к ее решению;

выявлены и охарактеризованы средства выражения побудительной модальности, употребляемые в русскоязычном дискурсе социальной рекламы, а также в соответствующих дискурсах на немецком и английском языках, благодаря использованию функционального подхода были проанализированы зоны пересечения значения побуждения с семами необходимости, возможности, желательности;

доказано, что типологическая общность русского, немецкого и английского языков не исключает внутриязыковых особенностей в выражении побудительной модальности, что обусловлено наличием в данных языках различных возможностей для реализации побудительной интенции.

Теоретическая значимость исследования обусловлена тем, что:

обоснованы положения, вносящие вклад в разработку модальности на функционально-семантической основе в современных русском, немецком и английском языках, подтверждающие, с одной стороны, ее универсальный характер, с другой стороны, свидетельствующие о специфике средств ее выражения в рассматриваемых языках, а также расширяющие теоретическую базу дискурсивных исследований;

применительно к проблематике диссертации эффективно использованы методы функционально-семантического, контекстуального, прагматического, дискурсивного и сопоставительного анализа, а также метод количественных подсчетов;

определены основные характеристики дискурса социальной рекламы;

изложены идеи, подтверждающие правомерность выделения микрополя побудительной модальности, представлены аргументы, доказывающие наличие специфики его реализации в дискурсе социальной рекламы.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что определены перспективы использования полученных исследователем результатов в курсах по общему языкознанию, функциональной и коммуникативной грамматике русского языка, в спецкурсах по теории речевого воздействия, в практике преподавания русского, немецкого и английского языков как иностранных, в переводческой практике.

Оценка достоверности результатов исследования выявила, что теоретические выкладки построены на проверяемых данных, полученные результаты соотносятся с методологическими и теоретическими положениями современного языкознания и маркетинга, излагаемые идеи основываются на изучении и обобщении обширного теоретического материала, а также анализе обширного эмпирического материала (5500 текстов социальной рекламы), при сборе и обработке которого были использованы современные методики.

Личный вклад соискателя состоит в сборе, анализе и интерпретации эмпирического материала, разработке концепции, формулировании ее основных положений, определении методологии исследования, апробации результатов и подготовке публикаций по выполненному исследованию.

На заседании 13.10.2017 г. диссертационный совет принял решение присудить Собко Т.Ю. учёную степень кандидата филологических наук по специальностям 10.02.01 – русский язык, 10.02.19 – теория языка.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 20 человек, из них 10 докторов наук по специальности 10.02.01 – русский язык и 3 доктора по специальности 10.02.19 – теория языка, участвовавших в заседании, из 25 человек, входящих в состав совета (из них 3 доктора филологических наук дополнительно введены для проведения разовой защиты), проголосовали: «за» – 20, «против» – 0, недействительных бюллетеней – 0.

Зам. председателя
диссертационного совета Мальцев Леонид Алексеевич

Ученый секретарь
диссертационного совета Черняков Алексей Николаевич

13.10.2017 г.