

## ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Собко Татьяны Юрьевны  
«Побудительная модальность в дискурсе русскоязычной социальной  
рекламы (с привлечением данных немецкого и английского языков)»  
(Калининград, 2017), представленной на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук по специальностям 10.02.01 – русский  
язык и 10.02.19 – теория языка

Диссертационное исследование Т.Ю. Собко посвящено изучению одного из наиболее интересных и в то же время недостаточно исследованных языковых феноменов - побудительной модальности. Предметом исследования в работе являются средства выражения побудительной модальности, используемые в современной социальной рекламе на русском, немецком и английском языках, а целью – выявление особенностей реализации побудительной модальности в письменном русскоязычном дискурсе с учетом данных подобного дискурса на немецком и английском языках.

Анализ автореферата позволяет сделать вывод о том, что выполненная Т.Ю. Собко диссертация представляет собой глубокое и разноаспектное научное сочинение, отличающееся **актуальностью** проблематики и несомненной **новизной** полученных результатов. В представленной работе впервые с позиций функционального подхода проведен семантико-структурный анализ побудительной модальности в русскоязычной социальной рекламе с привлечением данных двух других индоевропейских языков и впервые выявлены не только внутриязыковые, но и общезыковые закономерности функционирования средств выражения побудительной семантики в дискурсе социальной рекламы.

Сделанные диссертантом выводы и вынесенные на защиту положения представляются чрезвычайно интересными и научно значимыми. Сказанное касается, прежде всего, положений о специфических характеристиках дискурса социальной рекламы в целом (положения первое и второе), побуждении как одном из фрагментов языковой категории модальности (положение третье), а также положений об особенностях и организации плана содержания и плана выражения побудительной модальности в русскоязычном дискурсе социальной рекламы (положения четвертое и пятое). Безусловный научный интерес имеет вывод диссертанта о том, что план выражения побудительной модальности в русскоязычном дискурсе социальной рекламы, а также в соответствующих немецко- и англоязычных дискурсах представляет собой «систему разноуровневых средств, состав

которых может расширяться за счет пересечения микрополя побудительной модальности с микрополями необходимости, возможности, желательности. Рассмотрение средств выражения побуждения в виде микрополя позволяет более полно описать их типологические черты, а также выявить их специфику» (с.6 автореферата). Заслуживает внимания и вынесенное на защиту положение о том, что «исследование побудительной модальности в современном русскоязычном дискурсе социальной рекламы с привлечением фактических данных немецкого и английского языков позволяет обнаружить как типологические сходства, так и внутриязыковые отличия, обусловленные наличием в языках разных возможностей для реализации побудительной интенции» (положение шестое).

Примененный в работе функциональный подход к исследованию побудительной модальности, на наш взгляд, является абсолютно правомерным. Вызывает одобрение использованная диссертантом методологическая основа исследования, ориентированная на теоретическую концепцию модальности, разработанную в трудах научного руководителя – профессора С.С.Ваулиной.

Сделанные Т.Ю. Собко выводы и вынесенные на защиту положения представляются вполне **обоснованными** в силу прочности теоретической базы исследования, значительного объема привлеченного к анализу языкового материала (5500 текстов социальной рекламы, собранных из разных источников), а также использования комплексной методики анализа, включающей целую серию специальных лингвистических и общенаучных методов, в том числе функционально-семантический, прагматический и дискурсивный.

Анализ автореферата позволяет также говорить о том, что диссертационное исследование Т.Ю. Собко имеет несомненную **теоретическую и практическую значимость**. Оно вносит определенный вклад в общую теорию модальности, расширяет теоретическую базу дискурсивных исследований, намечает новые возможности в развитии общей теории функциональной грамматики, а также теории функциональной грамматики русского языка и организации современного русскоязычного дискурса. Результаты названной работы, безусловно, могут найти применение в практике преподавания вузовских курсов общего языкознания, функциональной и коммуникативной грамматики русского языка, практике преподавания русского языка как родного и как иностранного, а также немецкого и английского языков как иностранных, в переводческой практике.

Выводы и результаты данной работы прошли хорошую апробацию в выступлениях на научных конференциях различного уровня и в четырнадцати

публикациях, шесть из которых напечатаны в изданиях, соответствующих списку ВАК РФ.

Считаю, что диссертационная работа Т.Ю. Собко «Побудительная модальность в дискурсе русскоязычной социальной рекламы (с привлечением данных немецкого и английского языков)» полностью соответствует требованиям, сформулированным в пунктах 9-14 Положения ВАК РФ «О порядке присуждения ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013 г., Паспорту специальности 10.02.01 – русский язык и Паспорту специальности 10.02.19 – общее языкознание, а автор работы, Татьяна Юрьевна Собко, заслуживает присуждения ей искомой ученой степени кандидата филологических наук по двум заявленным специальностям.

Доктор филологических наук (специальность 10.02.01 – русский язык), профессор, профессор кафедры русского языка, современной русской и зарубежной литературы ФГБОУ ВО «Воронежский государственный педагогический университет»

**Загоровская Ольга Владимировна**

27.09.2017 г.

Адрес: 394043 г. Воронеж, ул. Ленина 86, корп.3

Тел.: 8(473) 264-44-17

e-mail: olzagor@yandex.ru

