Отзыв

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

Изучение коммуникативно-прагматического потенциала базовых моделей языка и их реализаций средствами конкретных языков относится к актуальным проблемам современного языкознания. При этом постоянно выявляются вопросы, требующие уточнения, в частности, **актуальной** следует считать тему о приемах и средствах выражения прескриптивных отношений в речевой коммуникации.

В данной работе предлагается детальная систематизация средств выражения побудительной модальности в дискурсе социальной рекламы на русском в сравнении с немецким и английским языками. С опорой на научно-обоснованный функционально-семантический подход автор предлагает системное рассмотрение категории побудительной модальности в границах отдельной сферы речевой коммуникации: выделяет общие характеристики плана содержания побудительной модальности в дискурсе социальной рекламы, моделирует конституентный состав плана ее выражения, устанавливает прототипические признаки побудительной модальности и состав средств ее выражения в русскоязычном дискурсе социальной рекламы.

Научная новизна результатов исследования состоит в выявлении прототипических характеристик категории побудительной модальности и данных о вариативности ее представления семантическими и прагмасинтаксическими средствами русского языка в сравнении с аналогичными по функциям средствами немецкого и английского языков. Несомненную **научную значимость** представляют верифицированные и систематизированные данные о плане содержания и конституентном составе изучаемой категории, о средствах интенсификации и деинтенсификации побуждения в социально ориентированном рекламном сообщении, полученные с опорой на комплексную методику анализа материала на трех языках, включающую сочетание функционально-семантического, контекстуального, лингвопрагматического и сопоставительного методов. В целом это отражает принятые в отечественном языкознании принципы изучения языка, такие, напр., как интегральность, антропоцентричность, текстоцентричность, коммуникативность, функциональность.

Теоретический вклад в отечественную теорию языка видится в установлении прототипических характеристик категории побудительной модальности как речевой стратегии выражения волеизъявления в дискурсе социальной рекламы (моделирование микрополя побудительной модальности – с. 11-12), их смыслового рейтинга (разновидностей императивности – с. 9), выраженности волеизъявления в социальной рекламе в средствах категоричного и некатегоричного побуждения, уточнении языковых и иных приемов передачи подкатегориальных значений побуждения (необходимости, возможности, желательности и пр.) в системе директивных и недирективных речевых актов (напр., прескриптивов – с. 9, суггестивов и реквестивов, предложений, призывов, комиссивов – с. 10-11). Несомненную ценность представляют данные контрастивного анализа плана содержания и выражения побудительной модальности в дискурсе социальной

рекламы на русском, немецком и английском языках. Предложенная методика анализа может, несомненно, оказаться полезной для дальнейшего изучения категории побудительной модальности в человеческом языке, в русском языке, при сравнении средств реализации волеизъявления в отдельных языках мира.

В автореферате достаточно полно и убедительно обоснованы положения, выносимые на защиту, подтвержден личный вклад автора в разработку проблем, актуальных для современной теории языка и демонстрирующих возможности общей лингвистической теории в ее приложении к конкретному материалу русского языка. Неоспорима и научная новизна результатов исследования, верифицирующая факт об универсальных приемах выражения побудительной модальности в дискурсе социальной рекламы и вариативности ее реализации средствами русского языка в сравнении с немецким и английским.

Основные результаты исследования отражены в публикациях автора, в том числе в 6 статьях, опубликованных в научных журналах, входящих в список изданий, рекомендуемых ВАК РФ.

Ознакомление с текстом автореферата и научными публикациями автора позволяет прийти к выводу о том, что диссертация на тему «Побудительная модальность в дискурсе русскоязычной социальной рекламы (с привлечением данных немецкого и английского языков)» соответствует требованиям п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утверждённого постановлением Правительства Российской Федерации № 842 от 24 сентября 2013г., паспорту двух научных специальностей: 10.02.01 – русский язык и 10.02.19 – теория языка в части выявления приемов отражения коммуникативных целей структурно-семантическими средствами языка на примере сравнения конкретно-языковых свойств реализации категории побудительной модальности в русском языке с немецким и английским языками. Автор диссертации Собко Татьяна Юрьевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальностям 10.02.01 – русский язык, 10.02.19 – теория языка.

Рецензент:
доктор филологических наук
(специальность 10.02.19 – теория языка),
профессор кафедры английской филологии
Волгоградского государственного университета

Ильинова Елена Юрьевна

400062, г. Волгоград, пр. Университетский, 100
el.ilynova.volsu@gmail.com

8 сентября 2017 г.

Подпись Ильиновой Е.Ю.
заверяю
Ученый секретарь федерального
государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования
«Волгоградский государственный
университет»
Н.В. Лисовская
«8» сентября 2017 г.