

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА
о диссертации Кан Кумсук
на тему: «РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В КОНТЕКСТЕ
РЕАЛИЗАЦИИ ГИПОТЕЗЫ АДРЕСАТА В РЕКЛАМНОЙ ПЕЧАТНОЙ
ПРОДУКЦИИ КОРЕЙСКИХ МЕДИЦИНСКИХ КЛИНИК НА
РУССКОМ ЯЗЫКЕ» (Волгоград, 2025),
представленной на соискание ученой степени кандидата
филологических наук по специальности
5.9.5 – Русский язык. Языки народов России

В современном обществе вопросам здоровья уделяется значительное внимание. Широкая вариативность товаров и услуг, связанных как с отечественной, так и с зарубежной медициной, определяет необходимость использования различных стратегий и тактик, наиболее эффективно влияющих на потенциального адресата. Особенно важным данный тезис становится при трансляции рекламных сообщений, связанных с рекламой инокультурного продукта, поскольку различия в национальных сообществах могут обуславливать и вариативность восприятия информации представителями отличных друг от друга традиций. Именно данный тезис определяет актуальность диссертационного исследования Кан Кумсук, целью которого является «установление манипулятивного потенциала речевых стратегий и тактик в рекламной печатной продукции корейских медицинских клиник на русском языке (на примере печатной продукции клиники «Sun Medical Center»)).».

Систематизируя и анализируя научную теоретическую литературу, список которой включает 184 позиции, соискатель приходит к выводу о том, что медицинский дискурс как объект лингвистических исследований, с одной стороны, аккумулирует различные характеристики иных видов дискурсов, с другой, – представляет собой уникальную сферу, предполагающую особые когнитивные механизмы речевого воздействия и стратегии языкового манипулирования. Именно многогранность и многоаспектность медицинского дискурса, широкий диапазон задач, решаемых посредством медицинских текстов, прямая зависимость от экстралингвистических

факторов обуславливает необходимость обращения к медицинскому дискурсу как полимодальному и полифункциональному образованию.

Объективность и многоаспектность базы фактического материала определяется тем, что автором были привлечены не только рекламная продукция корейской медицинской клиники «Sun Medical Center», включающая буклеты, брошюры и иные разновидности печатных рекламных текстов, но и более 300 рекламных текстов и 100 креолизованных текстов различной тематической направленности из области медицины (стоматология, кардиология и др.). Именно комплексный подход в выборе иллюстративного материала, как нам кажется, дал возможность соискателю продемонстрировать различные аспекты медицинской метафоры как основы манипулирования общественным сознанием.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в том, что соискатель устанавливает и характеризует семантико-прагматические основы реализации стратегий и тактик воздействия в медицинской рекламе; проводит анализ рекламной продукции иностранных медицинских клиник в русскоязычной аудитории, предлагает лингвокогнитивную интерпретацию интралингвистических и экстралингвистических средств при моделировании рекламной продукции клиники («Sun Medical Center»), доказывает ценность и актуальность реализации стратегий и тактик воздействия через лексическую систему языка при формировании рекламных текстов корейских медицинских клиник.

Теоретическая значимость рецензируемой диссертации определяется тем, что ключевые выводы, положения и результаты могут найти применение в приращении научных знаний в области описания развития лексической семантики, при изучении категории оценки и прагматической лингвистики, в области дискурсологии, речевого воздействия, а также при изучении медицинского дискурса как особой разновидности институционального дискурса.

Диссертационное исследование Кан Кумсук имеет четкую и логичную структуру, включающую введение, три главы с выводами к каждой из них, заключение и список использованной литературы.

Во **Введении** автором описываются все характерные для паспортной части составляющие: актуальность, объект и предмет работы, ее цель и задачи, научная новизна, теоретико-методологическая база, теоретическая и практическая значимость, гипотеза и ключевые положения диссертации, апробация работы, ее структура и объем.

Представленный в **Главе 1 «Медицинский дискурс как объект лингвистических исследований: семантика, прагматика, особенности функционирования»** теоретико-методологический блок соотносится с общей направленностью исследования и включает в себя анализ теоретических основ работы. В частности, соискателем были исследованы термины «дискурс» и «медицинский дискурс», описаны когнитивные механизмы речевого воздействия в аспекте лингвокогнитивной парадигмы, установлены семантико-прагматические особенности моделирования стратегий и тактик в аспекте лингвокогнитивного подхода. В работе убедительно доказывается, что медицинский дискурс как особый вид дискурса моделируется посредством использования особого типа вербальных и невербальных моделей взаимодействия между его участниками и отличается от других институциональных дискурсов как на уровне языка, так и на уровне экстралингвистических характеристик. Именно учет собственно лингвистических и внеязыковых факторов помогает глубоко и полно проанализировать манипулятивный потенциал медицинского дискурса в аспекте лингвокогнитивной парадигмы.

Установление языковых особенностей медицинской рекламы, проведенное в **Главе 2 «Семантико-прагматические основы реализации стратегий и тактик воздействия в медицинской рекламе»**, позволило автору прийти к выводу о том, что для исследуемых сообщений характерно усиление тенденции к разнообразию репрезентации вербальной и

невербальной организации рекламы, комбинация языковых и экстралингвистических составляющих. Автор убедительно доказывает, что наряду с изображаемым продуктом, услугой или простым описанием выполняемых функций рекламируемого объекта все более востребованной становится подача рекламы в виде вопроса-ответа или риторического вопроса, опоры на авторитеты (размещение фотографий специалистов в той или иной сфере медицины и их рекомендаций). Приведенные автором выводы, сопровождаемые разнообразным иллюстративным материалом (с. 65-92 диссертации), подтверждают тот факт, что медицинская реклама представляет собой не просто текст, насыщенный определенными смыслами, но своего рода комбинацию как текстовых, так и экстралингвистических элементов, синтез которых и лежит в основе прагматической составляющей медицинской рекламы, побуждает к действию, убеждает, мотивирует, располагает посредством различных лингвистических и экстралингвистических инструментов к совершению действия, предусмотренного адресантом.

Комплексный анализ рекламной печатной продукции корейских медицинских клиник с выявлением национально-культурных особенностей исследуемых рекламных текстов, проведенный в Главе 3 **«Рекламная продукция корейских медицинских клиник в лингвокогнитивной интерпретации»**, демонстрирует широкий спектр национально-культурных особенностей исследуемых сообщений, а также особые интралингвистические и экстралингвистические средства, лежащие в основе моделирования рекламной продукции указанных клиник. Убедительным представляется и вывод соискателя о том, что наибольшей эффективностью обладает то рекламное сообщение, которое успешно совмещает и реализует несколько функций. Именно комплексное использование широкого спектра функций, как показывают результаты проведенного соискателем анализа рекламы корейской клиники «Sun», делает медицинскую рекламу наиболее успешной.

В **Заключении** автор формулирует выводы диссертационного исследования и обозначает его перспективу. Библиографический список включает 184 позиций научной литературы и лексикографических источников.

Внимательное знакомство с текстом позволяет заключить, что диссертационное исследование, проведенное Кан Кумсук, представляет собой цельный и завершенный текст, включающий глубокий и разносторонний анализ разнообразного языкового материала. Однако при чтении диссертации возникли вопросы, которые нуждаются в уточнении и в авторском комментарии:

1. Являются ли используемые в рекламной продукции корейских медицинских клиник на русском языке речевые стратегии и тактики уникальными или же многие из них укладываются в определенную типологическую парадигму, обусловленную спецификой целевой аудитории и рекламируемыми товарами и услугами?

2. Какие стилистические средства являются доминирующими при создании рекламных текстов для корейских медицинских клиник на русском языке? Наблюдаются ли существенные расхождения в стилистике рекламных текстов для корейских медицинских клиник на русском языке и российских медицинских клиник?

3. В работе на с. 71 звучит тезис: «несомненно, реклама с цветной иллюстрацией намного успешнее, она бросается в глаза и откладывается в памяти, представляя собой мир грез, в котором людям и вещам придается символическое значение». Насколько, по мнению соискателя, данное утверждение применимо при моделировании рекламных сообщений медицинской направленности?

4. Можно ли говорить о том, что решение поставленных в медицинских рекламных текстах стратегических задач является невозможным без использования значительной доли экстралингвистических средств? Если да,

какие именно задачи решаются при апеллировании к креолизированным текстам?

5. Были ли Вами установлены интралингвистические и экстралингвистические особенности рекламных медицинских текстов на корейском языке, адресованных корейской целевой аудитории? Если да, какие принципиальные отличия наблюдаются при апеллировании к двум разным лингвокультурам: русской и корейской?

Высказанные вопросы, предложения и замечания не влияют на общую положительную оценку диссертационного исследования, носят уточняющий характер и не затрагивают концептуального содержания работы.

Работа прошла достаточную апробацию. По теме исследования опубликовано 10 научных работ, в том числе 3 статьи в журналах, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ. Апробация диссертации на научных конференциях, автореферат и указанные выше публикации позволяют утверждать, что автор успешно завершил многолетние научные изыскания, представив их в диссертационном сочинении.

Диссертация Кан Кумсук является самостоятельным, завершенным и методологически обоснованным исследованием, имеющим значение как для описания манипулятивного потенциала современного медицинского дискурса, так и для установления национально-культурных особенностей медицинских текстов, характеристики речевых стратегий и тактик при продвижении медицинских товаров и услуг в инокультурной аудитории.

Таким образом, можно заключить, что диссертационное исследование «Речевые стратегии и тактики в контексте реализации гипотезы адресата в рекламной печатной продукции корейских медицинских клиник на русском языке» полностью соответствует полностью соответствует Паспорту специальности и основным критериям, установленным «Положением о присуждении ученых степеней», утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации «О порядке присуждения ученых

степеней» от 24.09.2013 № 842 (ред. от 25.01.2024) и всем требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России, а его автор, Кан Кумсук, заслуживает присвоения ученой степени кандидата филологических наук по этой специальности.

Доктор филологических наук, доцент
(специальность 10.02.01 – русский язык)
профессор кафедры русского и общего языкознания,
и.о. декана факультета
русского языка и литературы
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный
университет им. В. И. Вернадского»

 Сегал Наталья Александровна

02.09.2025



Контактная информация: Сегал Наталья Александровна, доктор филологических наук (специальность 10.02.01 – Русский язык), доцент, профессор кафедры русского и общего языкознания, и.о. декана факультета русского языка и литературы ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»; 295007 Республика Крым, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4.

Официальный сайт: <https://cfuv.ru/>

Телефон: (3652) 60-84-98

Адрес электронной почты: cf_university@mail.ru

Против включения персональных данных, указанных в отзыве, в документы, связанные с защитой диссертации, и их дальнейшей обработки не возражаю.