

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА 33.2.007.03,
СОЗДАННОГО НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» МИНИСТЕРСТВА ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ
УЧЁНОЙ СТЕПЕНИ КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от 24 сентября 2025 № 21

О присуждении Кан Кумсук, гражданки Республики Кореи, ученой степени кандидата филологических наук.

Диссертация «Речевые стратегии и тактики в контексте реализации гипотезы адресата в рекламной печатной продукции корейских медицинских клиник на русском языке» по специальности 5.9.5 Русский язык. Языки народов России принята к защите 18 июня 2025 г., протокол № 9 диссертационным советом 33.2.007.03, созданным на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет» Министерства просвещения Российской Федерации, 400005, Волгоград, пр-кт им. В.И. Ленина, д. 27, приказ о создании диссертационного совета от 21.02.2023, протокол № 309/нк.

Соискатель Кан Кумсук, 15 сентября 1972 года рождения.

В 2000 году соискатель окончила Университет Кёнхи (Республика Корея) по программе бакалавриата по специальности «Русский язык и литература», в 2022 году – магистратуру в ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» по специальности «44.04.01 Педагогическое образование (профиль образовательной программы: Русский язык как иностранный в кросс-культурном пространстве)». В 2025 году Кан Кумсук окончила аспирантуру в ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» при кафедре

русского языка для иностранных учащихся по научной специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России.

Кан Кумсук временно не работает.

Диссертация выполнена на кафедре русского языка для иностранных учащихся Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Южный федеральный университет» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор Ильясова Светлана Васильевна, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», кафедра русского языка для иностранных учащихся, профессор.

Официальные оппоненты:

Дзюба Елена Вячеславовна, доктор филологических наук, профессор, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», Высшая школа международных отношений Гуманитарного института, профессор;

Сегал Наталья Александровна, доктор филологических наук, доцент, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», профессор кафедры русского и общего языкознания, и.о. декана факультета русского языка и литературы

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация – Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» – в своем положительном отзыве, подписанном Радбилом Тимуром Беньюминовичем, доктором филологических наук, профессором кафедры теоретической и прикладной лингвистики Института филологии и журналистики, указала, что диссертационная работа выполнена

в рамках востребованной в парадигме современного гуманитарного знания тенденции к междисциплинарности, а также в русле современных тенденций анализа так называемых «дискурсов активного воздействия». Актуальность диссертационной работы определяется рядом следующих факторов: во-первых, важностью разработки теоретических положений о речевых стратегиях и тактиках воздействия с опорой на фактор адресата, определения эффективных средств манипулирования при реализации в различных рекламных текстах, во-вторых, необходимостью комплексного анализа рекламной печатной продукции корейских медицинских клиник на русском языке. Избранные Кан Кумсук аспекты исследования вписываются в современную парадигму научного знания.

Научная новизна выполненного исследования заключается в том, что в данном исследовании впервые проведен анализ медицинских рекламных текстов в дискурсе российских печатных СМИ, а также рекламы печатной продукции корейских медицинских клиник на русском языке (на примере печатной продукции клиники «Sun Medical Center»), а также рассмотрены и систематизированы речевые стратегии и тактики в контексте реализации гипотезы адресата (на материале текстов рекламной продукции клиники «Sun Medical Center»). Научная новизна, актуальность, самостоятельность диссертационного исследования, его теоретическая и практическая значимость соответствуют требованиям, предъявляемым к сочинениям подобного рода, представленным на соискание учёной степени кандидата филологических наук.

Несомненны теоретическая и практическая ценности работы, последняя состоит в том, что ее основные результаты могут быть использованы в преподавании вузовских курсов по языку и стилю рекламы, по лингвокультурологии и межкультурной коммуникации, по дискурс-анализу и лингвистической прагматике, по преподаванию русского языка как иностранного, а также, несомненно, будут полезны тем, кто занимается созданием рекламных текстов, адресованных русскоговорящим туристам, прибывающим для лечения в Корею.

Соискатель имеет 10 опубликованных работ по теме диссертации, из них в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ, опубликовано 3 работы.

Наиболее значимые из них:

1. Кан, К. Особенности употребления глаголов разрушения и созидания в корейской медицинской рекламе / Кан Кумсук // Научная мысль Кавказа. – 2024. – № 2. – С. 133–136.

2. Кан, К. Языковые средства манипулирования массовым сознанием в русскоязычных медиатекстах (на примере медицинского дискурса) / Кан Кумсук // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2024. – № 3. – С. 144–147.

3. Кан, К. Речевое воздействие на адресата в медицинской рекламе (на примере рекламы вакцины против COVID-19) / Кан Кумсук // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. – 2025. – № 2. – С. 151–158.

Недостоверные сведения об опубликованных соискателем ученой степени работах в диссертации отсутствуют.

На диссертацию и автореферат поступило 5 отзывов: доктора филологических наук, доцента, профессора кафедры теории языка и методики его преподавания Института гуманитарных и социальных наук ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий» Касымовой Ольги Павловны; кандидата филологических наук, доцента, доцента кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Крымского филиала ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия» Андрейченко Оксаны Ивановны; доктора филологических наук, профессора, профессора кафедры русского языка и методики его преподавания Института филологии и межкультурной коммуникации ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» Ерофеевой Ирины Валерьевны; доктора филологических наук, доцента, заведующей кафедрой ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» Бедановой Зулейхан Кимовны; кандидата филологических наук, доцента, доцента кафедры

русского и иностранных языков ФКОУ ВО «Вологодский институт права и экономики Федеральной службы исполнения наказаний» Голикова Леонида Михайловича.

Все отзывы положительные. В них отмечается, что диссертационное исследование Кан Кумсук представляет собой оригинальное, самостоятельное научное исследование, отличающееся новизной и характеризующееся обоснованностью научных выводов, обладающее теоретической и практической значимостью. Вместе с тем в отзывах об автореферате содержатся следующие вопросы и замечания:

1. Обращается внимание на то, что в первом положении, выносимом на защиту (стр. 6), уровень образования/образованности относится и к когнитивному, и к эмотивному свойству адресата рекламы. Указанное свойство все же принадлежит когнитивной сфере личности (О.П. Касимова).

2. Во втором положении, выносимом на защиту (стр. 6), обозначено, что важным свойством российской рекламы является ее лексико-стилистическое разнообразие. Но далее (стр. 6-7) сообщается, что «в медицинской рекламе, представленной на русском языке, отсутствуют ... антонимические противопоставления, каламбур, языковая игра, ресурсы фразеологии, многозначность, омонимичность и паронимия». Нет ли в этом противоречия? (О.П. Касимова)

3. На стр. 5 в числе авторов, отражавших языковые особенности медицинской рекламы, назван А.М. Линник. Какая работа этого ученого послужила теоретической базой данного исследования? (О.П. Касимова)

2. Обращается внимание на необходимость представления категории оценочности (З. К. Беданова).

3. Какую роль в изучаемом дискурсе медицинской рекламы играют другие языковые средства, в частности, грамматические и синтаксические? (И. В. Ерофеева).

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается их широкой известностью своими достижениями в данной отрасли науки,

наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

- проанализированы особенности языковой интерпретации термина «медицинский дискурс» как особого вида дискурса, моделируемого посредством использования специфических вербальных и невербальных моделей взаимодействия между его участниками;

- охарактеризованы отличия медицинского дискурса от других институциональных дискурсов как на уровне языка, так и на уровне экстралингвистических характеристик;

- выявлены и охарактеризованы существующие в лингвистической литературе речевые стратегии и тактики воздействия с опорой на фактор адресата;

- описаны наиболее эффективные средства манипулирования при реализации в различных рекламных текстах;

- установлены и охарактеризованы приемы речевого воздействия посредством лексической системы русского языка с учетом интралингвистических и экстралингвистических факторов;

- определены основные речевые стратегии и тактики, используемые в медицинской рекламной продукции корейской клиники «Sun Medical Center» для русскоговорящих туристов с учетом национальной специфики адресанта и адресата;

- проведен комплексный и системный анализ интралингвистических и экстралингвистических средств как основы моделирования рекламной продукции клиники «Sun Medical Center».

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

- доказан манипулятивный потенциал речевых стратегий и тактик в рекламной печатной продукции корейских медицинских клиник на русском языке (на примере печатной продукции клиники «Sun Medical Center»);

– применительно к проблематике диссертации результативно использован комплекс следующих базовых методов исследования: описательный, представленный приёмами классификации, количественных подсчётов и др., сопоставительный для отбора языковых единиц, относящихся к рекламной продукции корейской клиники «Sun Medical Center»;

– определены семантические, прагматические, коннотативные особенности текстов рекламной продукции клиники «Sun Medical Center»;

– раскрыты особенности речевых стратегий и тактик в контексте реализации гипотезы адресата (на материале текстов рекламной продукции клиники «Sun Medical Center»);

– изучены варианты употребления медицинских рекламных текстов в дискурсе российских печатных СМИ, а также в рекламе печатной продукции корейских медицинских клиник на русском языке (на примере печатной продукции клиники «Sun Medical Center»).

Значение полученных соискателем результатов исследования для **практики** подтверждается тем, что:

– разработаны и внедрены в исследование принципы анализа семантико-прагматических особенностей реализации стратегий и тактик воздействия в медицинской рекламе;

– определены перспективы для дальнейшей разработки проблем изучения медицинского дискурса;

– представлена система рекомендаций о возможности использования результатов исследования в ходе преподавания курсов стилистики речи, лингвистического анализа рекламного текста, а также при разработке занятий для иностранных студентов лингвистических и журналистских направлений, изучающих русский язык на продвинутом уровне.

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

– использован обширный спектр научно-исследовательской литературы по теме диссертации, охватывающий отечественные и зарубежные источники;

– установлен манипулятивный потенциал речевых стратегий и тактик в рекламной печатной продукции корейских медицинских клиник на русском языке (на примере печатной продукции клиники «Sun Medical Center»);

– использованы современные методики сбора материала и его анализа; авторская картотека содержит рекламную продукцию корейской медицинской клиники «Sun Medical Center», состоящую из буклетов, брошюр и иных разновидностей печатных рекламных текстов, а также рекламу, размещенную на официальном русскоязычном сайте корейской медицинской клиники «Sun Medical Center» (электронный русскоязычный ресурс – <https://ru.sunmedical.kr>). В работе также проанализировано более 300 рекламных текстов и 100 креолизованных текстов различной тематической направленности из области медицины (стоматология, кардиология и др.).

Личный вклад автора является определяющим в получении результатов, изложенных в диссертации, и заключается в его непосредственном участии на всех стадиях исследования: в ходе глубокого анализа обширного круга научных источников и комплексной интерпретации материалов, репрезентативных для темы исследования, из самостоятельно собранной картотеки. Личное участие автора на всех этапах выполнения работы, включающих выбор теоретико-методологической базы, постановке и достижении целей и задач работы, что определило оригинальность, новизну, теоретическую и практическую значимость проведенного исследования. Положения, выносимые на защиту, были самостоятельно сформулированы соискателем и доказаны на основе результатов, которые были представлены в форме докладов на 8 всероссийских и международных конференциях и в 10 статьях в рецензируемых изданиях, в том числе 3 – в журналах списка ВАК.

В ходе защиты были высказаны следующие критические замечания: не совсем точно тема коррелирует с анализом фактического материала (широко представлены материалы рекламы не только корейских медицинских клиник, но и российских); стоило рассмотреть, какие рекламные заготовки делаются с учетом возможностей искусственного интеллекта.

Соискатель Кан Кумсук ответил на задаваемые в ходе заседания вопросы и привел собственную аргументацию; признал необходимость продолжения научных поисков в перспективных направлениях.

Диссертационный совет пришел к выводу о том, что диссертация представляет собой научно-квалификационную работу, которая соответствует критериям, установленным Положением о присуждении учёных степеней, утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации о порядке присуждения учёных степеней от 24 сентября 2013 г. № 842.

На заседании 24 сентября 2025 года диссертационный совет принял решение за решение научной задачи, имеющей значение для развития отечественного языкознания, присудить Кан Кумсук ученую степень кандидата филологических наук по научной специальности 5.9.5 Русский язык. Языки народов России.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 16 человек, из них 8 докторов наук по профилю защищаемой диссертации по специальности 5.9.5 Русский язык. Языки народов России, участвовавших в заседании, из 19 человек, входящих в состав совета, дополнительно введены на разовую защиту 0 человек, проголосовали: за – 16, против – нет.

Заместитель председателя
диссертационного совета

Ученый секретарь
диссертационного совета



Тропкина
Надежда Евгеньевна

Шацкая
Марина Федоровна

24 сентября 2025 г.