

**Отзыв научного руководителя доктора филологических наук,
профессора Э.Г. Куликовой
о соискателе ученой степени кандидата филологических наук
по специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России
Дмитрия Анатольевича Баранова**

В период с 1 сентября 2022 г. по 31 августа 2025 г. Дмитрий Анатольевич Баранов обучался в аспирантуре ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)» на кафедре русского языка и культуры речи по направлению 5.9.5 Русский язык. Языки народов России. В процессе обучения в аспирантуре Д.А. Баранов продемонстрировал способность к анализу научных концепций и обобщению собранного материала. В рамках педагогической практики он проводил занятия по дисциплинам «Стилистика и литературное редактирование» и «Культура речи и деловое общение» для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью», а также «Риторика» для студентов, обучающихся по направлению «Судебная экспертиза» в Ростовском государственном экономическом университете (РИНХ). Д.А. Баранов до обучения в аспирантуре окончил магистратуру в ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет “Высшая школа экономики”» по направлению 38.04.02 «Менеджмент», и знания, приобретенные там, повлияли на выбор темы диссертации и помогли исследовать продвигающий текст в современном коммуникативном пространстве.

Актуальность темы диссертации Д.А. Баранова обусловлена необходимостью исследования маркетинговой информации, передаваемой языковыми знаками. Это не традиционное, а формирующееся направление в лингвистике, детерминированное динамичным развитием всех типов продвигающих текстов. Это направление предполагает интеграцию нескольких парадигм знаний, связанных с обеспечением успешной коммуникации в маркетинговой сфере. Изучение языковых средств и категорий, формирующих продвигающий тип текста, актуально для современной междисциплинарной науки и прежде всего – для маркетинговой лингвистики. Для детального анализа продвигающего текста избраны две понятийные сферы – книгоиздание и медицина. Такой выбор обусловлен тем, что они менее исследованы, в то время

как продвигающие тексты иных областей изучены более детально. Доминанта продвигающего текста – реклама, и сегодня библиография в сфере рекламы стала уже трудно обозримой, но это касается в первую очередь коммерческой рекламы потребительских товаров. Книгоиздание и медицина – более специфические области, и продвигающий текст в этих областях имеет свои особенности, которые, на наш взгляд, состоят прежде всего в необходимости сочетания черт социальной и коммерческой рекламы.

Проведенная работа, материалы и выводы значимы для таких прикладных сфер, как PR, реклама и копирайтинг. Выводы исследования могут быть использованы в целях совершенствования речевой деятельности сотрудников маркетинговых компаний, работников рекламных агентств и других коммуникационных институтов, а также в учебном процессе при подготовке специалистов в области не только филологии, но также маркетинга и права. Материалы исследования могут стать основой для разработки спецкурсов и спецсеминаров, способствующих формированию у студентов, магистрантов и аспирантов навыков системного мышления в области коммуникации, навыков работы с маркетинговыми сообщениями. Практическая значимость работы определяется также возможностью применения ее положений, выводов и материалов в таких вузовских курсах, как основы языкознания, теория речевого воздействия, экспрессивная стилистика, теория коммуникации, социолингвистика, психолингвистика, лингвистическая прагматика, лингвокультурология, рекламоведение, информационное право, лингвоюридическая экспертиза текста, медиалингвистика, риторика, культура речи. Для ряда гуманитарных направлений актуально изучение и самой дисциплины – маркетинговой лингвистики. Результаты исследования будут востребованы при критическом и экспертном анализе медиадискурса, публикаций СМИ, рекламы.

Д.А. Баранов зарекомендовал себя как дисциплинированный, самостоятельно мыслящий исследователь, порядочный, надежный, ответственный, коммуникабельный, целеустремленный человек. Достаточный уровень подготовки позволил Д.А. Баранову использовать современные подходы

к исследованию языкового материала, а изучение научной литературы в процессе работы над диссертацией позволило получить новые научные данные по рассматриваемой проблеме и успешно использовать их в своей педагогической практике.

Высокий уровень научной подготовки, способность критично относиться к себе как к исследователю сформировались у соискателя во время выступлений с сообщениями на заседаниях кафедры русского языка и культуры речи Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), в ходе участия в научных и научно-практических конференциях различного уровня: в Москве, Ростове-на-Дону, Воронеже. Список из 7 публикаций (3 из них – в изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве образования и науки РФ) по теме диссертации отражает основное содержание работы.

Полагаю, что диссертация Дмитрия Анатольевича Баранова «Продвигающий текст как основа современного маркетинга (на материале русскоязычных медиа)» является завершенной научно-квалификационной работой, в которой решена научная проблема, имеющая важное значение для русистики, новизна и практическая значимость диссертационного исследования Д.А. Баранова соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5. - Русский язык. Языки народов России.

Список публикаций научного руководителя Куликовой Эллы Германовны, выполненных в русле проблем, затронутых в кандидатской диссертации Баранова Д.А.:

1. Куликова, Э. Г. Аксиология и прагматика текстов рецензий Т. Москвиной: авторская специфика жанра/ Э. Г. Куликова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2025. – № 2 (50). – С. 96-113.
2. Kulikova, E. G. Argumentative discourse of a media review/ E. G. Kulikova, L. A. Brusenskaya // Media Education (Mediaobrazovanie). – 2025. – No. 21(2). – Pp. 223-231.

3. Kulikova, E. G. (2025). The Media Text vs Media Context: Semantics of Tropes// E. G. Kulikova, V. V. Barabash / Media Education (Mediaobrazovanie). – No. 21(1). – Pp. 61-67.
4. Куликова, Э. Г. Диалогичность телевизионного медиадискурса (на материале политического ток-шоу «Вечер с Владимиром Соловьёвым»)/ Э. Г. Куликова, А. В. Осипенко // Политическая лингвистика. – 2025. – № 2 (110). – С. 172–179.
5. Куликова Э.Г. Продвигающий текст в книгоиздании: лингвоэкологические параметры / Э. Г. Куликова, В. В. Барабаш, Л. А. Брусенская // Текст. Книга. Книгоиздание. – 2024. – № 36. – С. 135–153.
6. Kulikova, E. G., Modern Media Discourse and Standard in the Context of Ecological Thinking: Linguistic Tolerance/ E. G. Kulikova, V. V. Barabash // Media Education (Mediaobrazovanie). – 2024. – No. 20(2). –Pp. 218-226.
7. Kulikova, E. G. Lexeme “Creativity” Syntagmatics as the Embodiment of Ethical ideas and Moral Traditions in Modern Media Discourse/ E. G. Kulikova, L. A. Brusenskaya // Media Education (Mediaobrazovanie). –2024. – No. 20(4). – Pp. 604-613.
8. Kulikova, E.G., Axiologically marked conflicts: representation in media space/ E. G. Kulikova, V.V. Barabash // Media Education (Mediaobrazovanie). – 2024. – No. 20(3). – Pp. 443-452.
9. Брусенская Л.А., Куликова Э.Г. Прагматическая точность как категория экологического мышления (на материале современного медиапространства/ Л.А. Брусенская, Э.Г. Куликова // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2024. – № 4. –С.82-87.
10. Brusenskaya L. Media as a Reflection of the Functional Dynamics of a Buzzword/ L. Brusenskaya, E. Kulikova, V. Barabash // Media Education (Mediaobrazovanie). – 2023. – No. 19(4). – Pp. 513-520.
11. Kulikova E. Criteria for the Necessity of Anglicisms in Modern media/ E. Kulikova, V. Barabash, L. Brusenskaya // Media Education (Mediaobrazovanie). – 2023. – No. 19(3). – Pp. 436-442.

12. Брусенская Л.А. Элокутивные ресурсы медиадискурса как маркер ценностного конфликта/ Л.А. Брусенская, Э.Г. Куликова// Вестник Пятигорского государственного университета. – 2023. – № 2. – С. 69-73.
13. Куликова, Э. Г. Вербализованная авторская рефлексия в контексте идей лингвоэкологии (на материале современных медиа) / Э.Г. Куликова// Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2023. – № 3. – С. 120-124.
14. Kulikova E. G., Linguolegal Expertise of Advertising and Media Criticism as a Means of Manipulation Countermeasure in the Media Space (in the Light of Laws “On advertising” and “On protection of consumer rights”)/ E. G., Kulikova, L. A. Brusenskaya, Y. A. Kolesnikov // Media Education (Mediaobrazovanie). – 2021. – No. 1. – Pp. 93-100.
15. Брусенская, Л. А. Лингвопрагматические параметры маркетинговых коммуникаций / Л. А. Брусенская, Э. Г. Куликова // Коммуникативные исследования. – 2020. – № 2. – С. 333-350.

Куликова Элла Германовна

Заведующая кафедрой русского языка и культуры речи факультета лингвистики и журналистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», доктор филологических наук, профессор

Научная специальность, по которой защищена диссертация, – 10.02.19 – теория языка

Место нахождения

Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Россия, 344002, Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69.

Адрес электронной почты образовательного учреждения: main@rsue.ru

Справочный телефон образовательного учреждения: +7 (863) 263-30-80

