Отзыв
об автореферате диссертации Баранова Дмитрия Анатольевича «Продвигающий текст как основа современного маркетинга (на материале русскоязычных медиа), представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5 – Русский язык. Языки народов России (Волгоград, 2025)

Диссертация Д.А. Баранова посвящена **актуальной проблеме** – этико-лингвистическим параметрам продвигающего текста в двух тематических сферах, наименее изученных в современной маркетинговой лингвистике. Книгоиздание и медицина, как области применения продвигающих текстов, сравнительно редко подвергались детальному изучению.

Научная новизна диссертации состоит в том, что на новом материале определена лингвистическая специфика маркетинговых коммуникаций в двух наиболее проблемных областях, где продвигающая функция наиболее тесно соотносится с этическими параметрами.

Работа Д.А. Баранова **значима в теоретическом отношении**, поскольку вносит вклад в установление характеристик новой междисциплинарной науки, интегрирующей достижения маркетинга, права, теории коммуникации. Выполненная на стыке нескольких междисциплинарных направлений (экологической лингвистики, юридической лингвистики, психолингвистики и когнитологии), работа А.Д. Баранова детализирует особенности взаимовлияния текстовых категорий и дискурсивных практик. Чрезвычайно важным считаем выявленный автором синтез признаков социальной и коммерческой рекламы в продвигающих текстах книгоиздания и медицины.

Практическое применение результаты исследования могут найти во многих вузовских дисциплинах как собственно лингвистического цикла, так и смежных областей (журналистика, экспертиза текста, рекламоведение). Материалы исследования могут способствовать формированию у студентов и магистрантов навыков работы с маркетинговыми сообщениями.

Не вызывает сомнений **достоверность выводов** диссертации, поскольку они базируются на обширном языковом материале и тщательном анализе теоретических источников. Методика исследования адекватна природе изучаемого объекта.

Положения на защиту обладают существенной новизной и бесспорной теоретической значимостью. Справедливо фиксируется «экспансия рекламных черт в жанры, прежде далёкие от маркетинга, свидетельствуют о коммерциализации общественной жизни». Доказано, что в современных коммуникативных практиках «продвижение книг более соответствует

экологическому мышлению, чем продвижение в СМИ продукции медицинского назначения. В медицинской рекламе имеют место неэтичные способы языкового выражения – неумеренное расхваливание и столь же неумеренное, немотивированное запугивание, противоречащие объективному положению дел, чрезмерная эмоциональность, даже аффективность, прямые нарушения законодательства в области рекламы».

Автореферат и 7 научный работ (в том числе 3 статьи в журналах, входящих в перечень ведущих рецензируемых журналов ВАК РФ) в достаточной степени отражают результаты проведенного исследования.

Диссертация Баранова Дмитрия Анатольевича «Продвигающий текст как основа современного маркетинга (на материале русскоязычных медиа)» соответствует пп. 9-14 Положения о присуждении учёных степеней, утверждённом Постановлением Правительства РФ о порядке присуждения учёных степеней от 24 сентября 2013 г. № 842, и Дмитрий Анатольевич Баранов заслуживает присуждения учёной степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.5 – Русский язык. Языки народов России.

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

Доктор филологических наук (10.01.10 – журналистика),
профессор, профессор кафедры теории и практики массмедиа
Гуманитарного факультета ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный университет»

Евгения Евгеньевна Корнилова

Подпись руки заверяю
Заместитель начальника
Управления кадров
Г.

5.11.2025

191023, г. Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова,
д. 30-32, литер А
Телефон: +7 (812) 458-97-30 доб. 4245
Мобильный телефон: +7 911-769-88-69
e-mail: kornilova.ee@unecon.ru
https://unecon.ru/