

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА 33.2.007.03,  
СОЗДАННОГО НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УРЕЖДЕНИЯ 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 03 декабря 2025 № 28

О присуждении Баранову Дмитрию Анатольевичу, гражданину Российской Федерации, ученой степени кандидата филологических наук.

Диссертация «Продвигающий текст как основа современного маркетинга (на материале русскоязычных медиа)» по специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России принята к защите 24 сентября 2025 г. (протокол № 22) 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 Баранов Дмитрий Анатольевич, 10 июля 1998 года рождения.

В 2020 году соискатель окончил в ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по направлению бакалавриата 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»; в 2022 году – магистратуру в ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет “Высшая школа экономики”» по направлению 38.04.02 «Менеджмент». В 2025 году Баранов Дмитрий Анатольевич окончил аспирантуру в ФГБОУ ВО «Ростовский

государственный экономический университет (РИНХ)» при кафедре русского языка и культуры речи по научной специальности 5.9.5. Русский язык. Языки народов России.

В настоящее время соискатель не работает.

Диссертация выполнена на кафедре русского языка и культуры речи факультета лингвистики и журналистики Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Научный руководитель – Куликова Элла Германовна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка и культуры речи факультета лингвистики и журналистики Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

Официальные оппоненты:

Скнарев Дмитрий Сергеевич, доктор филологических наук, доцент, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы», кафедра русского языка и лингвокультурологии, профессор;

Кузнецова Анна Владимировна, доктор филологических наук, профессор, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», кафедра отечественной и зарубежной литературы, профессор  
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 заключении, подписанном доктором филологических наук, профессором, заведующим кафедрой

Тимуром Бенюминовичем Радилем, указывает, что диссертационное исследование Д. А. Баранова является интересным опытом комплексного (коммуникативно-прагматического, дискурс-аналитического и лингвоэкологического) анализа продвигающих текстов, представленных в общероссийских газетах «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Аргументы недели». В этой связи вполне очевидна актуальность работы, связанная с научной, социальной и общекультурной значимостью изучения речевых стратегий и тактик в медийных продвигающих текстах в области медицины и в продвигающих текстах в области книгоиздания.

Не подвергаются сомнению теоретическая и практическая ценность диссертации. Отмечается, что значительная теоретическая значимость исследования обусловлена уточнением и апробацией на значительном массиве текстового материала исследовательской процедуры комплексного (коммуникативно-прагматического, дискурс-аналитического и лингвоэкологического) анализа моделей маркетинговой коммуникации, а также адаптацией указанной методики применительно к специальному материалу в таких специфических сферах, как книгоиздание и медицина. Практическая ценность работы состоит в том, что ее основные результаты могут быть использованы в преподавании таких вузовских курсов, как лингвокультурология, лингвистическое рекламирование, медиалингвистика, риторика и культура речи, а также будут полезны практикующим специалистам в области PR, рекламы и копирайтинга.

Соискатель имеет 7 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. Баранов, Д. А. Рекламный текст в системе функциональных стилей и речевых жанров / Д. А. Баранов // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2023. – № 1. – С. 143–147. (0,72 п. л.)

2. Баранов, Д. А. Жанровые особенности медицинской рекламы: персузтивный аспект / Д. А. Баранов // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2024. – № 1. – С. 37–142. (0,8 п. л.)
3. Баранов, Д. А. Терминология маркетинговой лингвистики / Д. А. Баранов // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2024. – № 2. – С. 114–118. (0,8 п. л.)

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

На автореферат диссертации поступило 6 отзывов: доктора филологических наук, доцента, профессора кафедры иностранных языков в сфере экономики и права ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» Акай Оксаны Михайловны; доктора филологических наук, профессора, профессора кафедры современного русского языка филологического факультета ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» Пономаренко Ирины Николаевны; кандидата филологических наук, доцента, доцента кафедры русского языка и культуры русской речи ФГБОУ ВО «Ростовский государственный медицинский университет» Корнейчук Светланы Петровны; кандидата филологических наук, старшего преподавателя кафедры русского языка ФГКВОУ ВО «Краснодарское высшее военное авиационное училище летчиков имени Героя Советского Союза А. К. Серова» Дробан Виктории Владиславовны; доктора филологических наук, доцента, профессора кафедры русского и общего языкознания ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского» Сегал Натальи Александровны; доктора филологических наук, профессора, профессора кафедры теории и практики медиа гуманитарного факультета ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» Корниловой Евгении Евгеньевны.

Все отзывы положительные. В них отмечается, что диссертационное исследование Баранова Дмитрия Анатольевича 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. Совпадают ли лингвоэтические проблемы в сфере продвижения медицинских товаров с теми проблемами, которые встают при продвижении товаров иного предназначения? (Н.А. Сегал)
2. Каков период сбора фактического материала? (В.В. Дробан)
3. Зависит ли эффективность приводящего текста от особенностей целевой аудитории (в частности, от ее возраста)? Если да, то в чем это проявляется? (В.В. Дробан)

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:

- определена лингвистическая специфика маркетинговых коммуникаций и подтверждена правомерность выделения отдельной области знания – маркетинговой лингвистики;
- уточнена специфика понятийного аппарата новой области знания, в частности, рассмотрен приводящий текст как объект современного маркетинга;
- выявлены особенности маркетингового дискурса в качестве вербализованной формы объективации рыночных отношений;
- установлены особенности маркетинговых коммуникаций в двух сферах – книгоиздании и медицине;
- исследованы условия соответствия приводящих текстов этико-лингвистическим нормам современного русского языка.

**Теоретическая значимость** исследования обоснована тем, что:

- определен на новом материале статус приводящего текста в качестве базового средства современного маркетинга;

- рассмотрены тенденции формирования категориально-понятийного аппарата маркетинговой лингвистики;
- описаны и систематизированы сущностные характеристики маркетинговой лингвистики как междисциплинарной науки, интегрирующей работы в сфере маркетинга, права, теории коммуникации и многих конкретических направлений, таких как экологическая лингвистика, юридическая лингвистика, психолингвистика и когнитология;
- предложено расширенное понимание продвигающего текста, значимое для маркетинговой лингвистики как конкретной области знания;
- уточнены функционально-стилистические и когнитивно-прагматические характеристики продвигающего текста, что значимо для русистики и для языкоznания в целом;
- описание продвигающего текста как вида рекламы в сфере книгоиздания и медицины значимо для развития лингвистического рекламоведения.

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

- основные результаты могут быть использованы в преподавании таких вузовских курсов, как лингвокультурология, лингвистическое рекламоведение, медиалингвистика, риторика и культура речи;
- полученные результаты будут полезны практикующим специалистам в области PR, рекламы и копирайтинга.

**Оценка достоверности результатов исследования** выявила:

- тщательный анализ теоретических работ по теме исследования;
- репрезентативность авторской картотеки, составившей совокупно свыше 1500 примеров текстовых единиц;
- методы исследования адекватны его объекту и предмету, научные положения методологически обоснованы;
- обоснованность выбора и анализа методологической базы исследования.

**Личный вклад** соискателя состоит в следующем:

- выявлена семантическая и прагматическая специфика маркетинговой коммуникации;
- установлены особенности имплицитных и эксплицитных механизмов аттрактивности продвигающего текста;
- определена роль стилистических и риторических категорий в качестве средств создания маркетинговых атрибутов;
- исследована специфика продвигающих текстов в двух областях – в книгоиздании и медицине;
- обозначены условия соответствия продвигающих текстов этико-лингвистическим нормам современного русского языка.

Диссертация охватывает ключевые аспекты поставленной научной проблемы и строится на принципе единства в соответствии с логикой решения поставленных задач, что подтверждается последовательностью композиции и серьезной методологической базой исследования. Положения, выносимые на защиту, были самостоятельно сформулированы соискателем и доказаны на основе результатов, которые были представлены в форме докладов на 4 всероссийских и международных конференциях, а также в 7 статьях в рецензируемых изданиях, в том числе 3 – в журналах из списка ВАК.

В ходе защиты были высказаны следующие критические замечания: следовало большее внимание уделить описанию дифференциальных признаков манипулятивных кликбейт-заголовков, фейковых заголовков и квэзиций в продвигающем тексте; необходимо установить более четкие критерии разграничения рекламной составляющей заголовка и собственно эстетических его параметров; следует учесть, что функцию продвижения выполняют некоторые названия медицинских препаратов; рекомендуется в перспективе сравнить языковую, стилистическую и риторическую палитру этих текстов с материалами печатных СМИ.

Соискатель Баранов Дмитрий Анатольевич ответил на задаваемые в ходе заседания вопросы и привел собственную аргументацию; признал

необходимость продолжения научных поисков в отмеченных исследовательских 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 03 декабря 2025 г. диссертационный совет принял решение: за научно обоснованное решение задачи, имеющей значение для развития отечественного языкознания, присудить Баранову Дмитрию Анатольевичу 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 9 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 – 15, против – нет.

Председательствующий,  
заместитель председателя  
диссертационного совета

Ученый секретарь  
диссертационного совета



Тропкина  
Надежда Евгеньевна

Шацкая  
Марина Федоровна

04 декабря 2025 г.