

## ОТЗЫВ

об автореферате диссертации Екатерины Николаевны КУЗАВКА  
на тему: «Фольклор в современной российской рекламе  
(на примере ежемесячных журналов)», представленной на соискание  
ученой степени кандидата филологических наук по специальности  
10.01.10 – журналистика

В диссертации рассмотрена современная журнальная реклама за период с 2010 по 2014 год, использующая фольклор.

Актуальность данного исследования связана с перспективностью определения механизмов использования в современной рекламе средств и приемов, отражающих ценностную специфику российского общества: социокультурную архетипичность, символические ресурсы, этно-эстетические предпочтения, основы общечеловеческой морали. Именно русский фольклор как форма национальной культуры включает эти составляющие.

Рассматривая фольклор как универсальную основу национальной культуры, Е.Н. Кузавка анализирует его жанровую специфику в современной рекламе, а также функциональные приемы, заимствованные из него рекламой. Современное использование фольклора в рекламе рассмотрено на фоне исторического контекста: с XV по XXI вв. прослежена их тесная связь. Анализируя современные рекламные сообщения, диссертант показывает соотношение жанровых форм фольклора в различных типах и видах современной рекламы. Е.Н. Кузавка выявила, что 86,1% составляют жанры необрядового фольклора и 13,9% относятся к обрядовому фольклору.

Автор выделяет функциональные приемы переноса различных элементов устного народного творчества в современную рекламу: а) апеллирование к положительному эмоциональному состоянию потребителя; б) доверительное персональное отношение к потребителю; в) убеждение в неповторимости и заманчивости предложения; г) визуализация уникальных свойств и качеств рекламируемого объекта; д) привлечение интереса к импортным товарам; е) убеждение в неоспоримых преимуществах отечественных товаров; ж) использование юмора и самоиронии.

Приводя градацию фольклорных архетипов на уровне архетипических образов (героя, женщины, царя, животного и др.) и мотивов (дороги, воды и др.), Е.Н. Кузавка справедливо отмечает, что «правильная опора в рекламной коммуникации на архетипические структуры может усилить эффект рекламной коммуникации: повысить популярность объекта рекламы, убедить потребителей воспользоваться предлагаемой услугой» (с.15).

Языковая специфика фольклора в рекламе рассмотрена многоаспектно: с точки зрения фонетических, лексических, синтаксических особенностей, прецедентных текстов.

Представляется особенно интересным наблюдение автора про использование жанра сказки в современной рекламе как преобладающего из фольклорных (39%). Как отмечено в автореферате, частому использованию сказки в рекламе способствуют: а) отражение иллюзорного мира; б) создание

мифа идеального товара и простоты решения возникающих проблем; в) апелляция к мифологеме народной сказки в целом.

Так, автор подчеркивает, что «сказка имеет особую конструкцию, позволяющую накладывать свою языковую и образную структуру на окружающий мир. Философские и житейские проблемы, описанные в сказках, всегда узнаваемы в типичных бытовых ситуациях. Модель поведения сказочных героев дает возможность выстроить параллель между действиями персонажей и посылом для целевой аудитории» (с.19).

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые в отечественной науке представлено системное изучение ресурсов фольклора.

Диссертация имеет практическую значимость для создателей рекламы, ведь фольклор содержит огромный пласт готовых рекламных формул, сюжетов и образов. Автореферат Е.Н. Кузавка вмещает все основные аргументы и положения и представляет собой самостоятельную научную работу.

Впечатляет как объем исследованного материала (840 номеров журналов), так и число собственных публикаций автора диссертации (их 13).

Резюмируя сказанное выше, можно утверждать, что автор диссертации «Фольклор в современной российской рекламе (на примере ежемесячных журналов)» заслуживает присуждения искомой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Каминская Татьяна Леонидовна

доктор филологических наук, доцент,  
ФГБОУ ВПО «Новгородский государственный  
университет имени Ярослава Мудрого»,  
заведующая кафедрой журналистики

ул. Большая Санкт-Петербургская, д.41,  
г. Великий Новгород, 173003.  
Тел.: (8162) 974275, E-mail: tkam1@mail.ru

21 октября 2015 г.

Подпись и данные г. фил. и, доц.  
Каминской Т. Л.

**ЗАВЕРЯЮ**

Начальник отдела аспирантуры и  
послевузовской подготовки  
имени Ярослава Мудрого

Макевич

«21» октября 2015 г.

