

**ОТЗЫВ**  
**об автореферате диссертации Марии Игоревны**  
**Пивоваровой на тему: «Становление и эволюция зарубежной**  
**пресс-рекламы (на примере периодических изданий Франции**  
**и Англии XVII-XIX вв.)», представленной на соискание**  
**ученой степени кандидата филологических наук по**  
**специальности 10.01.10 – журналистика**

Реклама как часть нашей действительности не только демонстрирует определенный товар или услугу с целью продажи, но и транслирует в общество модели поведения, стиль жизни и даже ценности. С другой стороны, реклама отражает процессы, происходящие в определенном обществе в определенный момент времени. Иными словами, реклама представляет собой документальное свидетельство той или иной эпохи. Выбрав в качестве объекта исследования французскую и английскую пресс-рекламу XVII-XIX вв., М. И. Пивоварова поставила перед собой сложную, но интересную задачу. Можно сказать, что данное исследование демонстрирует и как эволюционировала французская и английская пресс-реклама XVII-XIX вв., и как развивалось и менялось общество двух стран.

Несомненная новизна исследования заключается в том, что на сегодняшний день существует очень мало работ по истории зарубежной рекламы, тем более в сравнительном аспекте. Автор презентует оригинальную аппликативную методику, ставшую отправной точкой для написания практической главы. Данная методика также стала и определенным концептуализирующим началом исследования.

Стоит отметить, что наравне с логичными и вполне очевидными выводами о стремлении рекламы к унификации автор также приходит к выводу о «различии по отношению самого рекламного сообщения к предмету рекламирования и спросу на него» и существовании двух модификаций классической модели «спрос рождает предложение».

Не вызывает сомнений высокая практическая и теоретическая значимость данной работы. Очевидна также глубина и системность проведенного анализа, а также самостоятельность и оригинальность исследования.

Диссертация Пивоваровой Марии Игоревны «Становление и эволюция зарубежной пресс-рекламы (на примере периодических изданий Франции и Англии XVII-XIX вв.)» полностью соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

*одн*  
Окс Светлана Игоревна,

кандидат филологических наук,

АНО ВПО Московский гуманитарно-экономический

институт Воронежский филиал,

доцент кафедры менеджмента и рекламы



Почтовый адрес: 394026, Воронеж,

Московский пр-т, д. 26

Тел./факс: (473) 221-07-25

E-mail: primem@vfmgei.ru

23 ноября 2015 года