

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации

КУЗАВКА ЕКАТЕРИНЫ НИКОЛАЕВНЫ

на тему «Фольклор в современной российской рекламе (на примере ежемесячных журналов)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук специальность 10.01.10 – журналистика

В современную эпоху глобализации особенно возрастает роль традиционной культуры, которая является «способом гармонизации внутреннего состояния человека, повышения его личной сопричастности к культурным явлениям, мотивацией к социально значимым действиям» (с.3). Сегодня одним из самых действенных каналов передачи традиционных ценностей общества является массмедийное пространство. Актуальность диссертационного исследования Е.Н. Кузавка обусловлена тем, что автор работы стремится выявить механизмы использования в современной рекламе средств и приемов, отражающих ценностную специфику российской ментальности. В рецензируемой диссертации объектом изучения является журнальная реклама, использующая фольклор, предметом изучения – приемы переноса фольклорных элементов в рекламу и их роль в усилении эмоционального воздействия на аудиторию. Важным представляется то, что автор диссертации опирается на солидный пласт изысканий отечественных ученых и вводит в научный оборот собственноручно переведенные статьи зарубежных исследователей.

Несмотря на активное изучение современной наукой коммуникативных ресурсов рекламы, с одной стороны, и серьезное изучение бытования фольклорных форм в культуре, с другой, в существующих работах недостаточно внимания уделяется потенциальным возможностям фольклора и их способам реализации в современном культурном пространстве. Как справедливо замечает автор диссертации, «анализу и обоснованию действенности рекламы как средству выражения мироощущения уделяется неоправданно мало внимания» (с.7), рекламные материалы нечасто рассматриваются с точки зрения реализации в них фольклорной составляющей (с.8). Исследование Кузавка Е.Н. позволяет по-новому оценить роль визуальной и вербальной составляющей рекламного продукта, в основе которого лежат фольклорные образы.

Актуальность диссертации определена также богатством и репрезентативностью представленного рекламного материала. Проанализировано 1030 рекламных единиц из 14 журнальных изданий разной тематической и жанровой направленности за последние пять лет. Концептуальная проработка материала позволяет диссертанту оценить состояние и понять перспективы использования фольклора в рекламном сообщении отечественного журнала. Выстраивая свое исследование, диссертантка убедительно доказывает, что огромный креативный потенциал фольклора может успешно выполнять маркетинговые задачи в создании рекламы и в то же время способствовать формированию русской культурной идентичности. «Устное народное творчество с его системой художественных образов, приемов, нравственных идеалов имеет огромный потенциал вывода рекламы из узкой сферы коммуникативного пространства в сферу национальной культуры» (с.21). В связи с последним тезисом хочется особо отметить понимание автором необходимости грамотной рекламной стратегии у современных отечественных журналов на основе

актуализации черт российской самобытности и российской культуры, что будет способствовать пробуждению национальной памяти и самосознания современного российского общества.

В итоге следует подчеркнуть, что результаты предпринятого исследования обладают несомненной научной новизной и ценностью. Основное содержание диссертации адекватно представлено в публикациях по теме. Диссертация соответствует всем требованиям, предъявляемым к работам такого рода, а ее автор Кузавка Е.Н. заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 - журналистика.

Разумовская Аида Геннадьевна,

доктор филологических наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет»,

профессор кафедры литературы

Почтовый адрес:

180000 Псков, Октябрьский проспект, д.16, кв.19

Тел. 89602240409

e-mail: aida1@list.ru

Подпись Разумовской А.Г.
УДОСТОВЕРЯЮ
Начальник отдела кадров (Т.Г. Роговская)
23 ноября 2010