

## ПРОТОКОЛ № 22

заседания диссертационного совета Д 212.038.18

от 17 декабря 2015 г.

Состав совета – 20 человек.

Присутствовало – 15 членов совета, в том числе по профилю диссертации 14 докторов наук:

д.ф.н., проф. Тулупов В.В.  
к.ф.н. Щукина Л.С.  
д.и.н., проф. Грабельников А.А.  
д. культурологии, доц. Дьякова Т.А.  
д.ф.н., проф. Иванов А.И.  
д.ф.н., проф. Короченский А.П.  
д.ф.н., доц. Лебедева Т.В.  
д.ф.н., доц. Млечко А.В.  
д.ф.н., доц. Новичихина М.Е.  
д.ф.н., проф. Савинков С.В.  
д.ф.н., доц. Сапунов В.И.  
д.ф.н., проф. Тертычный А.А.  
д.ф.н., проф. Хорольский В.В.  
д.ф.н., доц. Чугунов Д.А.  
д.ф.н., доц. Шестерина А.М.

**Повестка дня:** защита диссертации Кузавка Екатерины Николаевны на тему «Фольклор в современной российской рекламе (на примере ежемесячных изданий)», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

### **Вопросы по защищаемой диссертации задали:**

1. д.ф.н., проф. Короченский Александр Петрович
2. д.ф.н., доц. Лебедева Татьяна Васильевна
3. д.ф.н., проф. Новичихина Марина Евгеньевна
4. д.ф.н., проф. Хорольский Виктор Васильевич
5. д.ф.н., доц. Млечко Александр Владимирович

### **В дискуссии приняли участие:**

1. д.ф.н., проф. Лебедева Татьяна Васильевна
  2. д.ф.н., проф. Хорольский Виктор Васильевич
  3. д.ф.н., доц. Млечко Александр Владимирович
  4. д.ф.н. проф. Савинков Сергей Владимирович
- (Стенограмма заседания совета прилагается).

**Результаты голосования** по вопросу о присуждении ученой степени кандидата филологических наук Кузавка Екатерине Николаевне:  
**за – 15,**

**против – нет,**  
**недействительных бюллетеней – нет.**  
(Протокол счетной комиссии прилагается).

Председатель диссертационного совета

Ученый секретарь



Тулупов Владимир Васильевич

Щукина Любовь Сергеевна

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 212.038.18 НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № \_\_\_\_\_

решение диссертационного совета от 17.12.2015 № 22

О присуждении Кузавка Екатерине Николаевне, гражданке РФ, ученой степени кандидата филологических наук.

Диссертация «Фольклор в современной российской рекламе (на примере ежемесячных изданий)» по специальности 10.01.10 – журналистика, принята к защите 08.11.2015 г. протокол № 17, диссертационным советом Д 212.038.18 на базе ФГБУ ВО «Воронежский государственный университет», Министерство образования и науки РФ, 394006, г. Воронеж, Университетская пл., д. 1, приказ Минобрнауки РФ №618/нк от 7 октября 2013 г.

Соискатель Кузавка Екатерина Николаевна, 1985 года рождения, аспирант заочной формы обучения с 2013 г. ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет», Министерство образования и науки РФ. Работает документоведом 1 категории в заповеднике «Галичья гора», подразделение ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет», Министерство образования и науки РФ.

В 2007 г. окончила государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Воронежский государственный университет».

Диссертация выполнена на кафедре рекламы и дизайна факультета журналистики ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет», Министерство образования и науки РФ.

Научный руководитель – доктор культурологии Дьякова Тамара Александровна, ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет», факультет философии и психологии, кафедра культурологии, доцент.

Официальные оппоненты:

1. Анисимова Татьяна Валентиновна, доктор филологических наук, профессор, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Волгоградский государственный университет», институт филологии и межкультурной коммуникации, кафедры журналистики и медиакоммуникаций, профессор;
2. Щепилова Галина Германовна, доктор филологических наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего

образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова», факультет журналистики, кафедра теории и экономики СМИ, профессор, дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» г. Ставрополь в своем положительном заключении, подписанном Ежовой Еленой Николаевной, доктором филологических наук, профессором, заведующий кафедрой средств массовой информации, указала, что ценность диссертации Кузавка Е.Н., подготовленной с использованием адекватных методов исследования эмпирического материала, определяется вкладом в изучение фольклорных традиций в современной российской рекламе. Изложенные в работе научные результаты прошли основательную научную апробацию. Работа соответствует требованиям «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013 (ред. От 30.07.2014), а ее автор заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика.

Соискатель имеет 13 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации 13 работ, опубликованных в рецензируемых научных изданиях – 4. Все работы посвящены изучению фольклора в российской рекламе. Авторский вклад составляет 100%, общим объемом 2,9 печатных листов. Наиболее значимые работы:

1. Шетухина Е.Н. (Кузавка Е.Н.) Фольклор как коллекция национальных сюжетов и идей в современной рекламе / Е.Н. Шетухина (Е.Н. Кузавка) // Материалы всероссийской научной конференции «Фольклор в контексте культуры». – Махачкала: Дагестан. гос. пед. ун-т, 2011. – С. 107-110.
2. Шетухина Е.Н. (Кузавка Е.Н.) К опросу об использовании фольклора в современной рекламе / Е.Н. Шетухина (Е.Н. Кузавка) // Вестник Воронежского государственного университета. – Сер.: Филология. Журналистика. – 2011. – № 2. – С. 241-244.

На диссертацию и автореферат поступили 7 отзывов: от Берестовской Дианы Сергеевны, д-ра. философских н., заведующий кафедрой культурологии Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского; от Изотова Владимира Петровича, д-ра. филол. наук, профессора кафедры журналистики и связей с общественностью Орловского государственного университета имени И.С. Тургенева; от Никольской Татьяны Михайловны, к. филол. н., доц. кафедры философии Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина; от Каминской Татьяны Леонидовны, д-ра филологических наук, заведующий кафедрой журналистики Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого; от Разумовской Аиды Геннадьевны, д-ра филол. н., профессора кафедры литературы Псковского государственного университета;

от Тихоновой Анны Юрьевны, д-ра культурологии, заведующий кафедрой культурологии и музееведения Ульяновского государственного педагогического университета имени И.Н. Ульянова; от Кошетаровой Людмилы Николаевны, к. фил. н., доцента кафедры социально-культурной деятельности, культурологи и социологии Тюменского государственного института культуры.

Все отзывы положительные, содержат рекомендации по присуждению Е.Н. Кузавка ученой степени кандидата наук. Два отзыва содержат замечания, которые носят рекомендательный характер.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается их компетентностью и общностью научно-исследовательских интересов.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработана новая концепция эффективного использования в современной журнальной рекламе ресурсов фольклора, позволяющих осуществлять как маркетинговые, так и социокультурные задачи;

предложен нетрадиционный подход более активного использования фольклора в рекламной деятельности, позволяющий значительно расширить арсенал средств привлечения потребительской аудитории;

доказана перспективность использования средств и приемов устного народного творчества, в значительной степени нереализованных в современной российской рекламе;

введены измененные трактовки старых понятий «фольклорный архетип».

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказаны положения, вносящие вклад в актуализацию роли фольклора как носителя русской ментальной матрицы в процессе создания рекламы и обосновании методологических принципов взаимного соотнесения фольклора и рекламы;

применительно к проблематике диссертации эффективно использован комплекс существующих базовых методов исследования, в том числе анализа и синтеза, приемов индукции и дедукции. Теоретические методы исследования уравновешены экспериментальными методами: от простых методик наблюдения и выборки материала к более сложным методам типологизации и сравнения. В работе применяются контент-анализ и статистический метод оценки главных компонентов;

изложены на основе обширного эмпирического материала основные аргументы и представлены доказательства необходимости использования средств и приемов фольклора в рекламе в противовес шаблонных образцов на базе зарубежной рекламы;

раскрыты условия эффективности использования фольклора как источника прецедентных текстов в культуре, являющейся родиной оригинального текста;

изучены характерологические черты русского фольклора и определены специфические особенности, обеспечивающие ему длительное и стабильное существование в культурном пространстве;

проведена модернизация существующих подходов организации рекламного сообщения на основе устного народного творчества.

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

разработаны механизмы эффективного использования жанров необрядового и обрядового фольклора в рекламе с существующими в современной культуре процессами;

определены перспективы практического использования теоретических положений исследования в деятельности российских журналов. Журнальные издания могут взять на вооружение огромный потенциал фольклора для создания рекламных сообщений, что может существенно повысить их узнаваемость, значительно расширить средства привлечения потребительской аудитории;

создана модель оценки состояния журнальной рекламы использующая традиционные формы культуры, связанные с сущностными характеристиками устного народного творчества;

представлены рекомендации для возможного использования основных положений диссертации в учебном процессе – лекциях и семинарах для бакалавров и магистров по истории и психологии рекламы, ее дизайну, по стилистике и литературному редактированию рекламных текстов и др., а также для выработки конкретных предложений специалистам по рекламе в целях изменения тактических и стратегических шагов в дизайне журнальной рекламы.

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория построена на известных, проверяемых данных, полученных в результате мониторинга периодических изданий, контент-анализа рекламных сообщений, содержащих фольклорные упоминания;

идея базируется на анализе практики использования фольклорных основ в российской рекламе и обобщении аналитического опыта;

использованы авторские данные и результаты исследовательских работ по теории рекламной коммуникации в высшей школе;

Личный вклад соискателя состоит во включенном участии на всех этапах получения исходных данных для проведения исследования: выявление и систематизация разнообразного эмпирического материала исследования, относящейся к новейшей практике отечественных журналов; во введении в научный обиход ряда иностранных источников по рекламе; личное участие в апробации результатов исследования на всероссийских и международных научных конференциях.

На заседании 17 декабря 2015 г. диссертационный совет принял решение при-  
судить Кузавки Е. Н. ученую степень кандидата филологических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 15  
человек, из них 14 докторов наук по специальности рассматриваемой диссерта-  
ции, участвовавших в заседании, из 20 человек, входящего в состав совета, про-  
голосовали: за - 15, против - нет, недействительных бюллетеней - нет.

**Председатель  
диссертационного совета**

**Тулупов Владимир Васильевич**

**Ученый секретарь  
диссертационного совета**

**Щукина Любовь Сергеевна**

18.12.2015

