

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук Матросовой Елены Сергеевны
«АГИТАЦИОННО-РЕКЛАМНАЯ ФУНКЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПОСЛЕОКТЯБРЬСКОГО ТВОРЧЕСТВА В.В. МАЯКОВСКОГО В СВЕТЕ ЕГО ЖИЗНЕТВОРЧЕСТВА И ЖИЗНЕСТРОЕНИЯ»
(специальность 10.01.01. – русская литература, Иваново, 2014 г.)

Автор предпринял попытку разрешения часто игнорируемого исследователями вопроса: «Как производство рекламы стало возможным и даже естественным для великого поэта и как это связано с законами его творческой вселенной?» При этом уже в самом начале работы диссертант формулирует утверждение, которое можно принять за гипотезу: «Ни рекламное, ни агитационное начало в творчестве Маяковского не оторваны от собственно поэтического, и это создает сложную, внутренне конфликтную художественную систему, упрощать которую непродуктивно с любой стороны, отрывая ли рекламное начало от сущностного или игнорируя роковое несовпадение «газетчика» и романтического поэта» (стр. 5).

Рецензенту, искренне любящему поэтическое творчество В. В. Маяковского и имеющему непосредственное отношение к рекламе, импонирует то, что Матросова Е.С. сделала попытку впервые представить концептуальный взгляд на личность поэта, включающую в себя агитацию и рекламу в качестве составляющих авторского жизнестроительного мифа: «Такой, объективно складывающийся, имидж есть социокультурный коррелят лирического героя в творчестве. Он постоянен, поскольку базируется не на «шумихе» футуризма, а на жизнестроительстве романтика с глобальностью его целей и «крупностью» его душевной жизни и мироотношения. Постоянство «объективного имиджа» («позы внешней цельности»), включающего в себя еще и талант оратора, и артистизм, коррелирующегося своей мощью и выразительностью со всем «образом поэзии» Маяковского – еще одно доказательство единства творчества, единой жизненной и культурной основы и для лирики, и для агитации с рекламой» (с. 10).

Два замечания.

1. Цель исследования можно было бы обозначить более четко – в той же формулировке, которая представлена в автореферате, цель объединена с некоторыми задачами: «...показать концептуальное единство агитации и рекламы у Маяковского, их глубинную укорененность (потенциальность) в творческом универсуме поэта, их связь с жизнестроительным биографическим мифом, представить способы развертывания в жизнестроительном контексте, найти место агитационно-рекламной концепции в общем процессе прикладной

функционализации творчества, произошедшей в послеоктябрьский период» (с. 5-6).

2. Объясняя агитационно-рекламную функционализацию творчества поэта, показывая особенности поэтической личности Маяковского, разбирая формы субъектного самоопределения поэта, Матросова Е.С. справедливо апеллирует к принципам футуризма («футуристическое облачение Маяковского»), но почему-то обходит вниманием конструктивизм, манифест которого, к слову, был опубликован в журнале «ЛЕФ»...

В заключение хотелось бы сказать, что автореферат в полной мере позволяет представить агитационно-рекламную функционализацию послеоктябрьского творчества В. В. Маяковского в свете его житнетворчества и житнестроения. Диссертантка сумела поставить серьезные задачи и решить их на сложнейшем многоплановом материале. Матросова Е.С. несомненно заслуживает присуждения ей искомой степени кандидата филологических наук.

В. В. Тулупов,
профессор, доктор филологических наук,
зав. каф. рекламы и дизайна,
декан факультета журналистики
Воронежского государственного университета,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Воронежский государственный университет»
(ФГБОУ ВПО «ВГУ»)

Подпись: *Тулупов В. В.*

заверяю: *Селезнева*
должность: *Секретарь*

подпись, расшифровка подписи: *Е.С. Матросова*

