

**Отзыв научного руководителя**  
на работу Го Хуэйянь  
**«Графические средства рекламных коммуникаций в Китае  
(1950–2010-е гг.)»**, представленную на соискание ученой  
степени кандидата филологических наук по специальности  
5.9.9 – Медиакоммуникации и журналистика

Го Хуэйянь, 1994 года рождения, гражданка КНР. В 2017 году была зачислена в Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет», и в 2019 году закончила обучение в магистратуре по ООП «Журналистика» (профиль «Реклама»). В 2019 году поступила в очную аспирантуру на кафедру рекламы Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» с назначением научного руководителя по Приказу СПбГУ «О назначении научных руководителей аспирантам первого года обучения» от 06.12.2019 за № 12030/1.

За годы обучения Го Хуэйянь выполнила и успешно защитила выпускную квалификационную работу по теме: «Графические средства рекламных коммуникаций в Китае (1950 – 2010-е гг.)».

После окончания аспирантуры в 2022 г. Го Хуэйянь поддерживала научные связи с институтом и смогла довести свою исследовательскую работу к логическому завершению, к моменту защиты. Результаты, полученные Го Хуэйянь, были в систематическом порядке опубликованы в статьях и представлены в рамках докладов на Международных и Всероссийских конференциях на протяжении 2019 – 2023 гг.

В период обучения в аспирантуре и в процессе работы над диссертацией Го Хуэйянь приняла участие в 15 научных конференциях, в т. ч. было сделано 10 докладов с презентацией. Го Хуэйянь является победителем в международном конкурсе научных работ молодых исследователей в рамках 21-й международной конференции «Медиа в современном мире. Молодые иссле-

дователи» (Санкт-Петербургский государственный университет, 2022).

Диссертационное исследование Го Хуэйянь призвано обобщить особенности визуальной коммуникации в графических работах рекламного характера на разных стадиях общественного развития Китая рассматриваемого периода. В работе ей удалось связать различные виды графической рекламы с их социально-идеологической функцией, чтобы углубить понимание рекламы как важного культурного медиума и предоставить идеи для разработки эффективных коммуникационных стратегий в индустрии печатной рекламы на современном этапе.

При написании работы Го Хуэйянь пользовалась литературой на русском и китайском языках. Проведенный анализ собранного эмпирического материала предлагает новые полезные материалы по изучению производимого практического эффекта использования своеобразных визуальных элементов в рекламном дизайне.

Текст работы содержит большое количество конкретной информации, примеров и иллюстраций, выводы самостоятельны, диссертант показала должный уровень погружения в избранную тему. Очевидно, что диссертация Го Хуэйянь имеет практическую ценность и является актуальной для рекламодателей, производителей и исследователей в сфере рекламоведения, а также обладает новизной – визуальные коммуникации в китайской рекламе и её социокультурные функции недостаточно изучаются за пределами Китая, в том числе и в России.

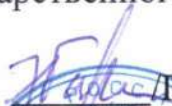
Диссертационная работа Го Хуэйянь представляет собой самостоятельное, оригинальное научное исследование, обладает необходимым уровнем научной новизны и актуальностью. Все результаты диссертации были получены лично автором.

Следует отметить личностные качества Го Хуэйянь. При написании диссертации она проявила инициативу и самостоятельность в проведении исследований. Го Хуэйянь отличает дисциплинированность, целеустремленность, желание решить поставленные задачи.

Диссертантом соблюдены требования к публикации основных результатов диссертационного исследования в соответствии с Положением о порядке присуждения ученых степеней, утвержденном Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 № 842 (ред. от 26.01.2023) «О порядке присуждения ученых степеней». Основные положения диссертации отражены в научных публикациях соискателя общим объемом около 6,0 а. л., включая публикации в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ.

Исходя из актуальности, степени новизны, научно-практической значимости диссертационного исследования, а также степени научной зрелости Го Хуэйянь, считаю возможным рекомендовать работу к защите. Диссертация на тему «Графические средства рекламных коммуникаций в Китае (1950 – 2010-е гг.)» соответствует требованиям, которые установлены Приказом от 19.11.21 № 11181/1 «О порядке присуждения ученых степеней в Санкт-Петербургском государственном университете» и Приказом СПбГУ от 03.07.2023 № 9287/1. Ее автор – Го Хуэйянь заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. – «Медиакоммуникации и журналистика».

Заведующий кафедрой рекламы  
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»  
Санкт-Петербургского Государственного университета,  
д. иск., профессор

  
Глинтерник Элеонора Михайловна

«23» марта 2024 г.

Подпись руки	
<b>УДОСТОВЕРЯЮ</b>	
Ведущий специалист отдела кадров	<b>И.В. Клименко</b>
« 19 » 03	20 24 г.

