

ОТЗЫВ

председателя диссертационного совета на диссертацию Го Хуэйянь на тему: «Графические средства рекламных коммуникаций в Китае (1950 – 2010-е гг.)», представленную на соискание ученой степени кандидата наук по научной специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика

Текст диссертации презентует одну из важных и существенных проблем развития любой национальной медиасистемы – функционирование сферы рекламы. В данном случае, Китайской Народной Республики. Автор выбрала в качестве основного эмпирического материала графические рекламных коммуникаций в Китае на протяжении значительного периода времени, практически более 60 лет. Если учитывать прагматический аспект исследования, то перед нами фактически – история рекламного дела в современном Китае, с момента образования КНР до сегодняшнего момента. И одно это уже можно отметить как существенный вклад автора диссертации в формировании корпуса сведений по массовым коммуникациям в стране, и, прежде всего, в рекламе.

Все требования, обозначающие статус и содержания представленной работы, соблюдены изложены последовательно и стройно – от цели и задач до положений выносимых на защиту. Удачному решению поставленных исследовательских задач способствует четкая структура данного научного текста и его значительный объем, который перерастает традиционные формальные требования по количеству страниц.

Важным обстоятельством, характеризующим высокую степень и высокое качество научности данного текста, является сочетанием нескольких методов проведенного исследования с учетом хронологических рамок и четко периодизации истории Китая во второй половине XX века и на старте следующего столетия. Это позволяет более глубоко вникнуть и понять особенности эстетические и идеологические основания трансформация мира рекламы страны в применении к особенностям ее графической составляющей.

Филологический характер исследования очевиден и подтверждается анализом, который провел автор на материале нескольких десятков привлеченных в текст иллюстраций. Хотя явно их могло бы быть и больше, и автор честно ограничил свои возможности по части привлечения непосредственно в диссертационный текст дополнительных иллюстраций. Более того, мы можем отметить уместность их появления непосредственно на страницах

диссертации. Тем самым, в ряде случаев научный текст приобретает черты креолизованного. Что усиливает как эмоциональное, так и когнитивное воздействие на того, кто знакомится с данным научно-квалификационным текстом. Автор тщательно и на вполне качественном стилистическом уровне описывает и характеризует отобранные в ходе исследования визуальные примеры. Что крайне важно для работы, затрагивающей графические аспекты рекламной коммуникации, в том числе, и в исторической ретроспективе. Знакомясь с подобным подходом, убеждаешься, что только он и мог быть эффективным для решения поставленных задач и охватываемого хронологического периода.

К числу несомненных достоинств диссертации мы можем отнести отменное владение автором необходимого объема научной и исследовательской литературы, которая актуализируется в тексте, увеличивая его научный «вес». По ходу изложения перед нами раскрывается и существующая проблема, характеризующая затронутую сферу медиакоммуникации, а именно - достаточно малое количество трудов, которые были бы непосредственно связаны с объектом и предметом исследования. И подобное обстоятельство повышает в значительной степени научно-исследовательскую ценность представленной диссертации.

Отметим также последовательность изложения и теоретической разработки заявленных положений, что в известной мере было предопределено самой линией развития как всей системы СМИ Китая, так и экономической спецификой социалистического пути развития страны. Что позволяет не только усвоить обстоятельства развития рекламы в медиапространстве суверенной КНР, но и убедиться в том, что эта сфера функционирования прежде всего печатной прессы была наиболее яркой для выявления происходивших изменений. При этом автор диссертации не скрывает и не затушевывает те сложности и специфику, которые сопровождали трансформацию китайского общества и системы власти, каковая в стране носит явно персонифицированный характер.

Очевидно, что основные тезисы диссертации получили необходимую апробацию и были представлены в публичном дискурсе и требуемых научных изданиях соответствующего статуса. С учетом характера излагаемого содержания представленный текст может быть в дальнейшем развит в формате вспомогательного учебного издания и использован в дисциплине «Современная зарубежная журналистика».

Тем более, что выдвинутые в прологе диссертации положения в ходе исследования были доказаны и позволили автору привести свой текст к логическому завершению в соответствии с требованиями формата и статуса. Научный аппарат данной квалификационной работы соответствует ее уровню и вполне функционален для эффективного использования. Список источников и литературы репрезентативен.

Вместе существуют ряд дискуссионных моментов непосредственно в диссертационном тексте, по поводу которых хотелось бы получить от автора диссертации соответствующие комментарии.

1. В чем состоит возможность использования полученных выводов и эмпирики в дальнейшем исследовании?
2. При всем наглядном опыте структурирования непосредственно диссертации в модели креолизованного текста автор упускает возможность взять на себя смелость затронуть и рассмотреть ситуацию креолизованного текста в тех печатных СМИ Китая, которые как раз и публиковали рекламные материалы. Это бы, по нашему мнению, могло бы расширить научную проблематику представленной работы.
3. Хотелось бы получить комментарии относительно соотношения рекламы в печати и в аудиовизуальных СМИ Китая. А заодно узнать: степень сопоставимости стилистики и приемов в разных медиа.
4. В ряде случаев в диссертации встречаются разночтения в периодизации такого драматического этапа в истории Китая как «Культурная революция». Как минимум два варианта. Первый – 1964 -1974 гг. Второй – 1966 - 1976 гг. Хотелось бы узнать: какой из них принят в официальной историографии Китая? И имеет ли приоритетность тот или иной вариант? Кроме того, связывается ли окончание «культурной революции» с фактом кончины лидера Китая Мао Цзе-дуна в 1976 году?

Однако данные вопросы носят чисто дискуссионный характер и никоим образом не меняют общий положительный характер оценки данного научного квалификационного исследования.

С учетом всего вышесказанного полагаю:

Содержание диссертации Го Хуэйянь на тему: «Графические средства рекламных коммуникаций в Китае (1950 – 2010-е гг.)» соответствует специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика;

Диссертация является самостоятельной научно-квалификационной работой, в которой содержится решение конкретной научной задачи, имеющей

значение для развития теории медиакоммуникации в сфере рекламы с учетом конкретных исторических, политических, экономических и культурных особенностей национального развития Китая. Полученные результаты исследования имеют существенное значение для дальнейшего развития сферы медиакоммуникаций родной страны автора диссертации.

Нарушений пунктов 9, 11 Порядка присуждения Санкт-Петербургским государственным университетом ученой степени кандидата наук, ученой степени доктора наук соискателем ученой степени мною не установлено.

Диссертация соответствует критериям, которым должны отвечать диссертации на соискание ученой степени кандидата наук, установленным приказом от 19.11.2021 № 11181/1 «О порядке присуждения ученых степеней в Санкт-Петербургском государственном университете» и рекомендована к защите в СПбГУ.

Таким образом, диссертация Го Хуэйянь на тему: «Графические средства рекламных коммуникаций в Китае (1950 – 2010-е гг.)», представленная на соискание ученой степени кандидата филологических наук по научной специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика, может быть оценена положительно, а ее автор Го Хуэйянь достойна присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика.

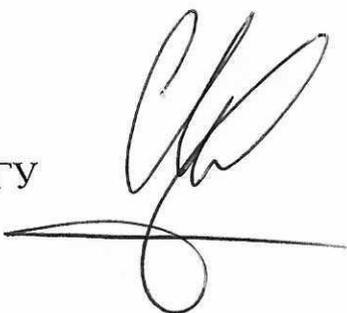
Председатель,

доктор филологических наук,

доцент, профессор кафедры

телерадиожурналистики СПбГУ

11.09.2024 г.



Ильченко С.Н.