

**СПИСОК**  
**публикаций, в которых излагаются основные результаты диссертации**  
**на соискание ученой степени филологического наук**  
**по научной специальности 5.9.9. Медиакommunikation и журналистике на тему:**  
**«Графические средства рекламных коммуникаций в Китае (1950–2010-е гг.)»**,  
**опубликованных в рецензируемых изданиях**

Го Хуэйянь  
 ФИО

Author ID (Scopus) – при наличии \_\_\_\_\_  
 Researcher ID (Web of Science) - при наличии \_\_\_\_\_  
 SPIN (РИНЦ) 4495-3077  
 ORCID - при наличии 0000-0001-6526-3109

| № п / п | Название публикации на языке оригинала (при иноязычном названии – перевод на англ. / русс. яз.) | Тип публикации | DOI                        | Наименование издания                           | ISSN издания | Выходные данные публикации (Номер тома, Номер части тома, Номер журнала, Страницы размещения публикации в журнале, Год) | Интернет-адрес публикации в журнале   | Библиографическая база данных (eLIBRARY, Web of Science, Scopus и др.), в которой индексируется публикация | № публикации в списке литературы диссертации | № страницы диссертации, на которой приводится ссылка на публикацию | Объем публикации (печ./авт. Л. личн. вклад)* | Совавторы |
|---------|---|----------------|----------------------------|--|--------------|---|---|--|--|--|--|-----------|
| 1       | Концепции визуальной коммуникации в гендерной рекламе Китая (конец XIX – начало XX вв.)         | Научная статья | 10.23670/1RJ2022.118.4.001 | Международном научно-исследовательском журнале | 2303-9868    | № 5 (119), С. 61-72. 2022   | <a href="https://www.e-library.ru/download/eLibrary_48571716_50069558.pdf">https://www.e-library.ru/download/eLibrary_48571716_50069558.pdf</a> | eLIBRARY   | 7  | 10, 48   | 0.8  |           |

Го Хуэйянь  
 全部资料

|   |   |                |   |                                  |                    |                           |   |          |   |         |     |  |
|---|---|----------------|---|----------------------------------|--------------------|---------------------------|---|----------|---|---------|-----|--|
| 2 | Развитие китайской рекламы и ее влияние на формы массовой визуальной коммуникации | Научная статья | 10.24<br>412/1<br>991-<br>5497-<br>2022-<br>394-<br>274-<br>277 | Мир Науки, Культура, Образование | 1991-5497          | №3 (94), С. 274-277, 2022 | <a href="https://www.elibrary.ru/download/49188138_49593026.pdf">https://www.elibrary.ru/download/49188138_49593026.pdf</a>                     | ELIBRARY | 6 | 10, 29  | 0.5 |  |
| 3 | Возрождение графического дизайна рекламы в Китае в 1980-х годах                   | Научная статья |   | Успехи гуманитарных наук         | 2618-7175 (online) | №08, С. 39-41 2022        | <a href="https://mhscjournal.ru/wp-content/uploads/2022/07/mhs-8-2022.pdf">https://mhscjournal.ru/wp-content/uploads/2022/07/mhs-8-2022.pdf</a> | ELIBRARY | 8 | 10, 125 | 0.3 |  |

Другие публикации по теме диссертации:

|   |  |                |  |  |           |                     |   |          |   |    |     |  |
|---|--|----------------|--|--|-----------|---------------------|---|----------|---|----|-----|--|
| 4 | Идеологическая функция графической рекламы в Китае | Научная статья | 10.23<br>672/х<br>5182-<br>7870-<br>4868-<br>s | Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки | 2220-2404 | № 3, С. 39-45, 2022 | <a href="https://online-science.ru/userfiles/file/урус_3-2022_g_rdf_suzrwcq35.pdf">https://online-science.ru/userfiles/file/урус_3-2022_g_rdf_suzrwcq35.pdf</a> | ELIBRARY | 5 | 10 | 0.6 |  |
|---|--|----------------|--|--|-----------|---------------------|---|----------|---|----|-----|--|

Подтверждаю, что все основные научные результаты моей диссертации «Графические средства рекламных коммуникаций в Китае (1950–2010-е гг.)» опубликованы в вышеприведенных 4 (четырёх) публикациях, в том числе: в рецензируемых научных изданиях из перечня, утвержденного Минобрнауки РФ – 4 (четыре) публикации.

Вышеуказанные публикации прилагаются на электронном носителе.

Дата / подпись / ФИО

05.04.2024  Го Хуньян