

**ОТЗЫВ**  
**на автореферат диссертации Гао Мингью**  
**«Русская реклама в Китае в первой половине XX в.»,**  
**представленной на соискание ученой степени кандидата исторических**  
**наук по специальности 5.6.1. – Отечественная история**

Работа Гао Мингью посвящена важной и актуальной проблеме межкультурного экономического взаимодействия России и Китая в контексте исторического развития рекламы как инструмента экономической адаптации и культурной интеграции. В условиях расширения глобальных коммуникаций и интереса к опыту национальных диаспор исследование роли русскоязычной рекламы в Китае приобретает особую значимость.

Актуальность темы обусловлена следующим:

1. Практической ценностью для современных бизнес-стратегий, направленных на продвижение российских товаров и услуг в Китае.
2. Научной новизной, так как реклама русской эмиграции почти не изучалась как самостоятельный феномен в рамках отечественной истории.
3. Междисциплинарным подходом, объединяющим историю, культурологию и экономику, что соответствует современным тенденциям гуманитарных наук.

Диссертация структурно и логически выверена. Если в первой главе рассмотрены исторические предпосылки возникновения русской рекламы в Китае (строительство КВЖД и формирование концессий, то во второй главе проанализирована деятельность российских предпринимателей, выделена роль

конкуренции и финансовых факторов в развитии рекламы. В третьей главе подчеркивается роль рекламы в сохранении идентичности русской эмиграции и взаимодействии с китайским обществом.

Методологическая база работы заслуживает высокой оценки. Использование системного подхода позволило объединить анализ экономических, социальных и культурных аспектов. Сравнительно-исторический метод применен для выявления динамики рекламных практик в разные периоды (1900–1950-е гг.). Визуальный анализ рекламных плакатов, фотографий и афиш обогатил исследование, продемонстрировав эстетику «русского стиля» в условиях эмиграции.

Источниковая база отличается глубиной и разнообразием: архивные материалы (ГАХК, ГАПК, коллекции США), периодика (127 изданий), полевые исследования в Шанхае и Харбине. Особо отметим введение в научный оборот ранее не изученных документов, таких как рекламные объявления из газеты «Шанхайская заря». Диссертанту впервые удалось систематизировать русскоязычную рекламу в Китае, разработав ее оригинальную классификацию по трем направлениям – экономика, культурно-образовательная и издательская деятельность. В работе раскрывается двойственная функция рекламных практик, выступавших не только инструментом коммерции, но и важным механизмом культурной адаптации русской эмиграции, способствовавшим сохранению её идентичности в инокультурной среде.

Положения, выносимые на защиту, логически обоснованы и подтверждены источниками. Убедительно доказано, что реклама стала важным элементом «русского мира» в Китае, отражая как экономические амбиции диаспоры, так и её н

о

Некоторые стилистические недочеты, встречающиеся в тексте автореферата, не снижают общей научной ценности работы. Судя по автореферату, диссертация Гао Мингью представляет собой завершенное научное исследование, соответствующее критериям оригинальности, методологической строгости и практической значимости. Автор продемонстрировала умение работать с разнообразными источниками, критически анализировать материал и формулировать новаторские выводы. Работа вносит существенный вклад в изучение истории русской эмиграции и межкультурной коммуникации, а её результаты могут быть применены в современных бизнес и культурных проектах.

Автореферат соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, а диссертант заслуживает присуждения искомой степени кандидата исторических наук по специальности 5.6.1. – «Отечественная история».

Чернышева Анна Сергеевна,

кандидат исторических наук,

доцент Института педагогики и лингвистики

Владивостокского государственного университета.

Владивосток, 690016, ул. Гоголя, 41.

Тел. +7(908)972-59-11

C

h

e

r

n

