

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Ковальчука Антона Михайловича
по теме: «СТРУКТУРНО-СЕМИОТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС РЕКЛАМЫ
(НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМЫ РУССКОЙ ЭМИГРАЦИИ «ПЕРВОЙ
ВОЛНЫ» В КИТАЕ)»представленной на соискание ученой степени
кандидата культурологии по специальности
24.00.01 – Теория и история культуры**

Автореферат диссертации А.М. Ковальчука отражает состояние важной по своей социально-культурной значимости проблемы, актуальной для современной культурологической мысли.

Современное капиталистическое государство немислимо без рекламы, как одного из базовых институтов общественного прогресса. В условиях глобализации и информатизации общества развиваются коммуникативные средства и способы передачи информации, влияющие на конфигурацию и динамику социальных процессов. В процессе современной глобализации возникла опасность нивелирования культурных различий между народами, исчезновения культурного разнообразия, являющегося источником творческого развития мировой цивилизации.

Рассмотрение рекламы сквозь призму сохранения культурной идентичности нации позволяет с большей готовностью реагировать на современные вызовы информационного общества в условиях современной глобализации.

В своей работе автор рассматривает достаточно сложный исторический период развития российской государственности, с 1917 г. по 1939 гг., с точки зрения существования эмиграции «первой волны», наступившей после ликвидации царского режима и продолжавшейся вплоть до начала Второй мировой войны, положившей начало новому этапу массовой эмиграции из России. Автору удалось отразить особенность сформировавшегося неповторимого феномена – культура русской эмиграции первой волны, создать такое уникальное явление, как культура русского зарубежья, во всех сферах деятельности, включая рекламу.

Подчеркнем, что автор диссертационного исследования аргументировано изложил собственное понимание проблемы и ее актуальности, обусловленной спецификой самоорганизации эмигрантской культуры и ролью рекламы в этом процессе.

Среди достоинств диссертационной работы А.М. Ковальчука можно отметить основательность в анализе эмпирического материала в виде вычлененных и зафиксированных образцов креативной рекламы, опубликованной в ведущих русских эмигрантских изданиях Китая, что позволило русскую эмигрантскую рекламу рассмотреть как семиотическое явление, в котором текст представлен в вербальном и визуальном плане, не как инструмент манипуляции потребителем, а как один из факторов

сохранения этнического самосознания в русском зарубежье, сделать важные уточнения регулирующей роли мифологемы и культурного архетипа в ней.

Автореферат диссертации А.М. Ковальчука свидетельствует об актуальности темы исследования и высоком теоретическом и методологическом уровне подготовки исследователя. В работе приведены научные выводы, обладающие достоверностью и надежностью, в ней также освещен ряд результатов содержащих научную новизну, необходимую для кандидатской диссертации. Структура материала дала возможность автору подготовить логично выстроенную работу, содержательно раскрыть и обосновать обозначенные цели, задачи и проблемы.

В целом, диссертационная работа является самостоятельным научным исследованием в области культурологии, соответствует требованиям, предъявляемым Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки РФ к кандидатским диссертациям. Она рекомендуется к защите, а ее автор заслуживает присуждения ему ученой степени кандидата культурологии по специальности 24.00.01 – Теория и история культуры.

Доцент кафедры конституционного и административного права
Дальневосточного института управления – филиала
ФГБОУ ВПО «Российская академия народного
хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»,
кандидат социологических наук Наталья Александровна Хридина

г. Хабаровск, ул. Муравьева-Амурского, 33
E-mail: lawclinic-dvi@mail.ru