

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 212.101.03, СОЗДАННОГО НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ,
ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от 22.11.2019 г. № 16

О присуждении Анбиндер Каролине Николаевне, гражданке Российской Федерации, ученой степени кандидата исторических наук

Диссертация «Становление и развитие рекламы на Кубани в 1860–1917 гг.» по специальности 07.00.02 – Отечественная история принята к защите 05.08.2019 г., протокол № 7, диссертационным советом Д 212.101.03, созданным на базе ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», Минобрнауки России, 350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149, приказы Минобрнауки России: об открытии № 163-90 от 19.02.2010 г. и о признании соответствия № 714/нк от 02.11.2012 г.

Соискатель Анбиндер Каролина Николаевна, 1971 года рождения. В 1996 г. соискатель окончила Кубанский государственный университет по специальности «История». В 2018 г. соискатель окончила заочную аспирантуру ФГБОУ ВО «Армавирский государственный педагогический университет» по специальности 07.00.02 – Отечественная история. В настоящее время работает в должности преподавателя истории Государственного автономного образовательного учреждения Краснодарского края «Краснодарский гуманитарно-технологический колледж» Министерства образования, науки и молодежной политики Краснодарского края.

Диссертация выполнена на кафедре всеобщей и отечественной истории ФГБОУ ВО «Армавирский государственный педагогический университет» Минобрнауки России (г. Армавир).

Научный руководитель – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры всеобщей и отечественной истории ФГБОУ ВО «Армавирский государственный педагогический университет» (г. Армавир) **Назарова Вероника Вячеславовна**.

Официальные оппоненты:

Шендрикова Снежана Павловна, доктор исторических наук, профессор кафедры истории, краеведения и методики преподавания истории Гуманитарно-педагогической академии (филиала) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь);

Крюкова Анна Владимировна, кандидат исторических наук, методист Государственного бюджетного учреждения дополнительного профессио-

нального образования и культуры Краснодарского края «Краевой учебно-методический центр» (г. Краснодар)

дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет» (г. Пятигорск) в своем положительном отзыве, подписанном заведующим кафедрой исторических и социально-философских дисциплин, востоковедения и теологии, кандидатом исторических наук, профессором Ермаковым Виктором Павловичем, указала, что диссертация К.Н. Анбиндер является законченной самостоятельной научно-квалификационной работой и соответствует требованиям, предъявляемым ВАК при Минобрнауки России к диссертациям на соискание учёной степени кандидата наук. Исследование соответствует п. 9–14 Положения «О присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842 (в редакции от 01.10.2018 г.), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата исторических наук по специальности 07.00.02 – Отечественная история.

Соискатель имеет 14 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации – 14 работ, опубликованных в рецензируемых научных изданиях – 4. Результаты исследования прошли апробацию в ходе участия соискателя в работе 4 международных научно-практических конференций, на которых изложены основные положения диссертации. Общий объем публикаций, в которых отражены основные положения диссертации – 11,8 п.л. 100% работ выполнены единолично.

Наиболее значимые работы: 1) Анбиндер К.Н. Агитационно-пропагандистская деятельность российских радикальных политических партий в Армавире в начале XX века // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. Майкоп, 2016. Вып. 4 (189). С. 17–24 (0,4 п.л.); 2) Анбиндер К.Н. Рекламно-информационное пространство Екатеринодара начала XX века // Вестник Томского государственного университета. 2017. № 421. С. 72–74 (0,2 п.л.); 3) Анбиндер К.Н. Реклама как исторический источник изучения способа продвижения товаров предпринимателями Кубанской области (конец XIX в. – 1914 г.) // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. Майкоп, 2017. Вып. 4 (209). С. 25–31 (0,35 п.л.); 4) Анбиндер К.Н. Средства и способы подачи рекламного материала в Кубанской области в начале XX века // Общество: философия, история, культура. Краснодар, 2019. № 5. С. 66–69 (0,25 п.л.); 5) Анбиндер К.Н. Развитие рекламы на Кубани в 1860-е – 1917 гг. Краснодар: Новация, 2013. 127 с. (8,5 п.л.).

На диссертацию и автореферат поступили 5 положительных отзывов от:

1) Рубцова Юрия Викторовича – доктора исторических наук, профессора ведущего научного сотрудника НИЦ фундаментальных военно-исторических проблем Военного университета Министерства обороны РФ (г. Москва);

2) Матвеева Владимира Александровича – доктора исторических наук, профессора кафедры отечественной истории XX – XXI вв. ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» (г. Ростов-на-Дону);

3) Семенова Александра Альбертовича – доктора исторических наук, профессора, заведующего кафедрой гуманитарных дисциплин Армавирского механико-технологического института (филиал) ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет» (г. Армавир);

4) Багаевой Елены Михайловны – кандидата исторических наук, доцента кафедры обществоведческих дисциплин и регионоведения ГБОУ ДПО «Институт развития образования» Краснодарского края (г. Краснодар);

5) Кошковой Саньят Январбиевны – кандидата исторических наук, доцента кафедры истории и политологии ФГБОУ ВО «Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина» (г. Краснодар).

В отзывах сделаны следующие замечания:

Ю.В. Рубцов высказал следующие замечания: 1) освещая историографию по избранной проблеме исследования, диссертант ограничивается изложением содержания соответствующих публикаций. Следовало бы этим не ограничиваться, а давать краткую оценку литературы с точки зрения приращения знаний по избранной проблеме; 2) целесообразно более лаконично формулировать положения, выносимые на защиту.

В.А. Матвеев сделал 3 замечания: 1) для закономерностей выявления практики рекламирования и ее составных частей очевидна необходимость применения разностороннего анализа контента объявлений; 2) утверждение о том, что реклама способна уменьшить уровень конкуренции, нуждается в дополнительном конкретизирующем пояснении; 3) автору следовало бы уточнить, при каких обстоятельствах ослабевает конкуренция;

А.А. Семенов высказал два замечания: 1) автор пишет, что типографски использовали весь арсенал методов и технических новинок при изготовлении рекламы. Но из содержания автореферата не ясно, что конкретно использовали типографские работники, чтобы привлечь внимание потребителя к рекламе в своих изданиях; 2) второй параграф третьей главы «Виды наружной рекламы, особенности их оформления и размещения в архитектурном пространстве населенных пунктов Кубани» предполагает анализ существовавших видов наружной рекламы всей Кубанской области, но исходя из краткого содержания параграфа в автореферате, автор рассмотрел только наружную рекламу Екатеринодара.

Е.М. Багаева сделала два замечания: 1) при характеристике источниковой базы следовало дать классификацию использованных исторических источников по типам и видам (с. 10–13); 2) во втором параграфе второй главы

«Региональная специфика использования социальной рекламы», говоря об увеличении благотворительных учреждений на Кубани (с. 20), следовало указать имена и фамилии известных кубанских меценатов, которые принимали непосредственное участие в деятельности этих организаций. Это подчеркнуло бы их вклад в развитие социальной рекламы.

С.Я. Кошокова высказала два замечания: 1) в результате исследования региональной социальной рекламы автор на с. 21 автореферата пришел к выводу о том, что ее специфика состояла в эмоциональности, мягкости и проникновенности. Между тем, этот вывод не подкрепляется в должной степени изложенным содержанием соответствующего раздела диссертационной работы; 2) на с. 18 автореферата К.И. Анбиндер отмечает, что по мере развития рекламы она становится важным средством влияния на психику людей. Представляется, что в данном случае правильнее было бы говорить не о влиянии на психику людей, а на потребительскую психологию.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается тем, что доктор исторических наук, профессор С.П. Шендрикова и кандидат исторических наук Н.В. Крюкова являются авторитетными специалистами по истории Юга России периода 1861–1917 гг., в том числе – по вопросам истории культуры и досуга. Преподаватели ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет», в том числе сотрудники кафедры исторических и социально-философских дисциплин, востоковедения и теологии, известны своими трудами по истории Юга России указанного периода, в том числе – по тематике экономической и социокультурной истории.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработана новая научная идея, обогащающая научную концепцию исследования истории становления рыночной экономики регионов России в 1860–1917 гг., которая обеспечивает выявление закономерностей и особенностей развития рекламы на материалах репрезентативного региона – Кубанской области; впервые реклама в Кубанской области изучается в единстве всех видов и форм; становление рекламы интерпретировано как объективно закономерный процесс, развивавшийся на протяжении 1860–1917 гг.;

предложены оригинальные суждения по заявленной тематике: определены факторы, повлиявшие на развитие рекламы и издательского дела на Кубани; рекламные объявления отражали все направления развития экономики и социальной сферы региона; установлены виды наружной рекламы в Кубанской области (витрины, вывески, реклама на транспорте, «настенная реклама», световая, реклама на театральном занавесе, рекламные тумбы); впервые обращено внимание на гендерные стереотипы в кубанской рекламе; раскрыты изменения содержания и стиля выражения рекламной продукции; предложено делить печатные произведения графического дизайна по предмету рекламирования на афишу, коммерческий и торговый плакат, социальный и политический плакат;

доказано наличие закономерностей зарождения устойчивого языка рекламы, мотиваций, правил и форм подачи рекламного текста; доказано, что наиболее активную агитационно-рекламную деятельность на Кубани в начале XX в. вели социалистические партии; обострение конкуренции в регионе сделало коммерческую рекламу в ее разнообразных формах способом продвижения товаров; доказана экономическая выгода от эксплуатации наружной рекламы в области; доказано наличие социальных мероприятий и особых проектов в Кубанской области; определены основные направления и методы деятельности благотворительных организаций;

введены изменённые трактовки понятий «рекламные коммуникации», «гендерный таргетинг», а также процедур и приемов влияния рекламы на потребителей.

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказаны положения, вносящие вклад в расширение представлений исторической науки об этапах, особенностях и институциональных формах становления и развития, нормативном регулировании рекламы на Кубани в 1860–1917 гг.;

применительно к заявленной в диссертации проблематике результативно (с получением обладающих научной новизной результатов) использованы принципы историзма и объективности, историко-системный и историко-сравнительный методы, а также: историко-генетический метод (применен для выявления причинно-следственных связей и закономерностей развития рекламы); лингвистический метод (позволил осмыслить содержательные и выразительные аспекты рекламных объявлений); проблемно-хронологический метод (использован в анализе политической рекламы); статистический метод (позволил составить обобщающие таблицы, доказывающие прибыльность рекламы).

изложены аргументы и доказательства того, что Кубанская область была динамично развивающимся аграрно-индустриальным регионом Российской империи, а реклама являлась ярким отражением данных процессов; издание газет становится в условиях рыночной экономики прибыльным делом; особенностью социальной рекламы была обязательная эмоциональность подачи рекламного текста; главным фактором, оказавшим влияние на визуальный образ городов Кубанской области, стала наружная реклама;

раскрыты существенные проявления теории модернизации России, противоречия развития советской и российской историографии темы; выявлены новые аспекты исследования истории рекламы в Кубанской области: гендерный таргетинг, классификация видов коммерческой рекламы и текстов социальной рекламы, виды политической рекламы.

изучены связи становления и развития рекламы с пограничным и аграрным характером регионального сообщества, генезис рекламы в специфических условиях Кубанской области, установлены социально-экономические и культурные факторы, причинно-следственные связи становления и разви-

тия рекламы в данном регионе; доказано, что становление периодической печати на Кубани произошло позже, чем в других регионах Российской империи, что объяснялось геополитическим расположением области;

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены в учебно-методическое обеспечение образовательные технологии изучения истории российской рекламы в учебном процессе Государственного автономного профессионального учреждения Краснодарского края «Краснодарский гуманитарно-технологический колледж» (на материалах дисциплин «История рекламы» и «Кубановедение»); разработана и апробирована методика комплексного исследования рекламных коммуникаций в Кубанской области;

определены перспективы практического использования теории формирования рекламы при изучении истории инфраструктуры рыночной экономики, благотворительности, печатного дела в Кубанской области;

создана модель эффективного применения знаний об истории рекламы в Кубанской области периода 1860–1917 гг. в научно-исследовательской и педагогической деятельности, а также в музейной и архивной работе;

представлены рекомендации по использованию дореволюционного как всероссийского, так и регионального опыта рекламной деятельности для современных рекламистов.

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория исследования построена на известных, проверяемых данных и фактах об истории рекламы в Российской империи пореформенного периода в целом и Кубанской области в частности, согласуется с опубликованными данными по теме диссертации и по смежным отраслям научных знаний;

идея базируется на анализе репрезентативного комплекса источников, на системном анализе общих тенденций и особенностей исторического развития рекламы в Кубанской области (1860–1917 гг.);

использованы авторские данные, основанные на изучении широкого круга источников из фондов Государственного архива Краснодарского края и музеев Кубани, обладающие научной новизной;

установлено, что авторские результаты имеют новизну в сравнении с результатами, представленными в независимых источниках по тематике истории рекламы в российских регионах, в том числе – в Кубанской области;

использованы современные методики сбора и обработки исходной информации с обоснованием подбора объектов – исторических источников, выявленных автором в статистических данных, делопроизводственных материалах, периодической печати.

Личный вклад соискателя состоит: во включённом участии на всех этапах исследовательского процесса, в непосредственном участии соискателя в получении исходных данных, в самостоятельном выявлении источников (рекламных и фотоматериалов из фондов Государственного архива

Краснодарского края, Краснодарского государственного историко-археологического музея-заповедника им. Е.Д. Фелицына, Национального музея Республики Адыгеи, Армавирского государственного краеведческого музея, Ейского историко-краеведческого музея им. В.В. Самсонова), во введении в научный оборот ранее неопубликованных документов по теме, в личном участии в апробации результатов исследования на международных конференциях, в подготовке 14 научных публикаций по теме диссертации, в формулировании положений и выводов, которые могут служить основой для теоретических разработок, использоваться в исследовательской, преподавательской, экскурсионной деятельности.

На заседании 22 ноября 2019 года диссертационный совет принял решение присудить Анбиндер К.Н. ученую степень кандидата исторических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 18 человек, из них 12 докторов наук по специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 22 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – 15, против – 3, недействительных бюллетеней – нет.

Председатель
диссертационного совета



Касьянов Валерий Васильевич

Учёный секретарь
диссертационного совета



Баранов Андрей Владимирович

22.11.2019