

РЕЦЕНЗИЯ на выпускную квалификационную работу обучающегося СПбГУ
Симонян Сюзанны Тиграновны
по теме «Публичная самопрезентация стиля жизни в женских lifestyle-видеоблогах»

- Выпускная квалификационная работа Симонян Сюзанны Тиграновны нацелена на изучение нового, динамично развивающегося социального поля — женских lifestyle-видеоблогов. Данное поле представляет собой пространство становления новых форм женской повседневной самопрезентации, создания новых визуальных кодов и рождения новых видов предпринимательской активности и бизнеса, что обуславливает актуальность темы данной работы. Формулировка объекта и предмета адекватно отражает тему ВКР. Работа состоит из введения, теоретической и эмпирической глав, заключения и приложений. Содержание глав соответствует названию работы, заявленным во введении целям и задачам, и позволяет автору в полной мере осветить заявленную тему. Цель исследования - выявление способов публичной самопрезентации, используемых для трансляции стилей жизни и образов lifestyle-видеоблогеров, а также определение их влияния на аудиторию в современной блогосфере, - логично раскрывается в последовательности задач.
- Первая глава представляет теоретические основания исследования, включающие в себя рассмотрение блогерской коммуникации с позиции формирования особого вида социального капитала, гендерных аспектов самопрезентации девушек-блогеров, истории видеоблогов как особой формы коммуникации, а также стиля жизни в контексте общества потребления. Автор подробно рассматривает концепции и основные подходы к изучению социального капитала, уделяя особое внимание концепции П. Бурдьё, а также описанию женских видеоблогов с позиции формирования социального, культурного и экономического капиталов. Также в данной главе подробно представлен обзор основных подходов гендерных исследований и концепция гендерного дисплея в контексте публичной самопрезентации. Раскрыто понятие стиля жизни как одной из ключевых категорий общества потребления, при этом стиль жизни обоснованно рассматривается автором как важный личностный ресурс в контексте современного общества потребления.
- Вторая глава посвящена авторскому эмпирическому исследованию женских видеоблогов стиля жизни в контексте гендерной самопрезентации, представления аудитории определенных моделей женского поведения и потребления, а также способов накопления и использования социального, культурного и экономического капиталов. Важным достоинством работы является комплексный подход к исследованию блогерской коммуникации – автор рассматривает публичную самопрезентацию девушек-блогеров в

контексте взаимодействия с тремя типами аудиторий – подписчиков, других блогеров и бизнес-партнеров (рекламодателей). Стратегия эмпирического исследования подробно обоснована, исследование представляет собой развернутое и структурированное описание кейса женского lifestyle-блога, выбранного по заданным характеристикам из числа наиболее популярных и типичных видеоблогов Youtube.

- В рамках эмпирического исследования, в соответствии с заявленными задачами, автор дает описание видеоблогов как особого коммуникативного поля, рассматривает особенности блогерской коммуникации в рамках lifestyle, характеризует способы самопрезентации, публично конструируемые девушками-блогерами посредством видеороликов. Используя методы визуального анализа представленных в блоге роликов и подход дискурс-анализа Н.Фэркло, С. Симонян анализирует гендерные аспекты публичной самопрезентации блогера с позиции поведенческих, визуальных и речевых характеристик, рассматривает соотношение переднего и заднего плана коммуникации в контексте создания презентационных роликов и анализирует пространственные характеристики самопрезентации и особенности коммуникации аудитории в связи с представленными видео. На этом основании автор дает развернутую характеристику стилям жизни, транслируемым lifestyle-блогерами через видеоролики, выделяет и описывает основные модели женской самопрезентации, в частности, наиболее распространенный образ «подруги», и анализирует конструируемые стили жизни как источник для расширения и укрепления социального капитала. Заявленная новизна работы – выявление и описание образов, транслируемых девушками-видеоблогерами путем публичной самопрезентации, описание конструируемых стилей жизни, коммуникативных способов гендерной самопрезентации и рассмотрение критериев успешности взаимной интеграции повседневного и рекламного дискурсов, - подтверждается содержанием ВКР и представлена в эмпирическом исследовании и в заключении в виде развернутых обоснованных выводов. Тезисы и выводы работы были представлены С. Симонян на 2-х научных конференциях.

- Следует отметить также некоторые замечания рекомендательного характера. Рассматриваемый в эмпирическом исследовании кейс, демонстрирующий типичные характеристики женского видеоблога жизненного стиля, было бы интересно сравнить с другим примером, представляющим альтернативные, менее распространенные женские образы. Желательно также было бы расширить список современных зарубежных источников по исследуемой тематике, так как актуальные источники представлены в списке литературы прежде всего отечественными исследованиями.

Вместе с тем эти замечания не умаляют общего положительного впечатления о работе. Работа отличается оригинальностью и демонстрирует ярко выраженный авторский характер, особенно в эмпирической части, выводы и научные результаты сформулированы развернуто и обоснованно, содержат новизну и могут иметь практическое применение в контексте развития lifestyle-видеоблогов как новой формы современного коммуникационного бизнеса. Работа написана хорошим ясным языком, в тексте отсутствуют ошибки и опечатки. Считаю, что выпускная квалификационная работа соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам, и заслуживает оценки «отлично».

Рецензент

к.с. н., доцент кафедры социологии и
религиоведения факультета истории и
социальных наук РГПУ им. А.И.Герцена



Рахманова Ю.В.

«25» мая 2017 г.