**Рецензия**

на выпускную квалификационную работу студентки 4 курса факультета социологии СПбГУ Сыромятниковой Валерии Александровны **«Семейные ценности в рекламе на российском телевидении»**

Актуальность темы выпускной квалификационной работы Сыромятниковой В. А. обусловлена высокой социальной значимостью и актуальностью проблемы семейных ценностей в современном российском обществе. В обосновании выбора темы работы указываются процессы трансформации современной российской семьи, формирование новых моделей семьи и семейных отношений – более позднее вступление в брак, изменение прокреативной функции в сторону уменьшения числа детей в семье и регуляции времени их рождения. Сформулированы задачи исследования - выявление и анализ образов семьи, содержание семейных ценностей, представленных в современной российской телевизионной рекламе.

Реклама рассматривается в работе какобласть социального взаимодействия, влияющая на нормы, ценности, представления, реальное поведение людей, поскольку средства массовой информации являются своеобразным «зеркалом» тех процессов и событий, которые происходят в обществе. Социальная реклама определяется в работе как вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям. Предназначение ее — гуманизация общества. Миссия социальной рекламы — изменение поведенческих моделей в обществе.

Автор подробно рассматривает функции рекламы – социальную, идеологическую и воспитательную. Особо подчеркивается роль телевизионной рекламы как ретранслятора определенных ценностей, моделей поведенияисвоеобразногорегулятора повседневной жизни семьи.

В работе рассматриваются теоретико-методологические аспекты темы, в частности, представлен подробный анализ процессов трансформации типов семьи в зависимости от социально-экономических и идеологических условий жизни общества - от патриархального (традиционного) к детоцентристкому (современному) и супружескому (постсовременному).

Характеризуя современную российскую семью, автор отмечает изменения жизненных стратегий современных мужчин и женщин, приоритеты ценностей личностной самореализации и индивидуальной успешности, а также вторичность традиционных установок на семью и детей.

В рамках выпускной квалификационной работы автором проведено эмпирическое исследование «Семейные ценности в рекламе на российском телевидении», основным методом которого является контент-анализ рекламных роликов, транслируемых на двух телевизионных каналах. Автор приходит к выводам о широкой представленности семейной проблематики в телевизионной рекламе, подчеркивая тот факт, что наиболее популярными типами семьи, используемыми в рекламных роликах, являются нуклеарная супружеская семья или семья с одним ребенком. Среди семейных ценностей преобладают ценности родства, представленные ценностью взаимодействия и взаимопомощи между родственниками. Рекомендации, предложенные на основании результатов проведенного исследования, предполагают чаще использовать в рекламе образ многодетной семьи, для популяризации данного типа семьи среди населения.

 В работе отражены актуальные проблемы теоретического и практического характера,использована современная литература и достижения науки и практики. Содержание выпускной квалификационной работы Сыромятниковой В.А. соответствует заявленной в названии теме, которая раскрыта полностью.

Выпускная квалификационная работа Сыромятниковой В.А, демонстрирует высокий уровень и разносторонность компетентности автора в рассматриваемой проблематике, уверенное владение научной терминологией и профессиональные навыки социолога-исследователя. В работе присутствуют четкие логика и стиль изложения материала, она написана современным научным языком и читается с большим интересом.

Выпускная квалификационная работа представляет собой завершенное научное исследование, соответствует всем предъявляемым требованиям и заслуживает отличной оценки.

 Ст.преподаватель кафедры

 теории и практики социальной работы

 Челышева Н.А.

ствуйте, Имя Отчество. Я провожу исследование в рамках будущей дипломной работы бакалаврской программы на факультете социологии СПбГУ. Меня интересует то, как реализуется деятельность Центра и каковы критерии эффективности его деятельности. Мне очень важно узнать, каково Ваше дальнейшее видение существования Центра, можно ли решить проблему рецидива с помощью создания еще большего числа подобных центров реабилитации