

Рецензия
на выпускную квалификационную работу обучающейся СПбГУ,
направления «Социология»,
программы магистратуры «Социология в России и Китае»
Цзя Мэн

по теме: **«Влияние массовой культуры на потребительское поведение
в России и Китае (на примере индустрии моды)»**

Выпускная квалификационная работа учащейся магистратуры Цзя Мэн посвящена интересной и пока мало исследованной теме – изучению особенностей развития индустрии моды в России и Китае. Интерес работе добавляет и то, что автор связала развитие индустрии моды с переходом России и Китая к цифровой экономике. Это сейчас действительно актуальное направление исследований.

ВКР включает две главы, разбитые на параграфы, введение, заключение, список литературы и приложения, содержащие инструментарий эмпирического социологического исследования. Во введении автор изложила свои взгляды на актуальность, степень разработанности темы, цель и задачи, теоретико-методологические основы исследования (с. 4-8). Структура ВКР обусловлена заявленными во введении задачами. В первой главе автор представила результаты анализа теоретико-методологических подходов к изучению индустрии моды и общества потребления, которые имеются в социологии (с. 9-36). Интересно, что автор при изучении вопросов, связанных с потреблением, активно опирается на марксистский подход. Цзя Мэн в этой главе, вполне справедливо, также сосредоточила внимание на потреблении, как на социокультурном процессе, связанным с воспроизводством самой культуры, поскольку изучение индустрии моды предполагает изучение прежде всего символического потребления, то есть потребления самой культуры. Автор уделяет внимание и противоречиям развития массовой культуры, производной от которой является индустрия моды (с. 19-36). Вторая глава непосредственно посвящена изложению итогов исследования и взглядов автора на индустрию моды в России и Китае и на ее влияние на мотивацию поведения потребителей (с. 37-75). В этой главе автор много внимания уделяет попытке сформулировать определение моды, как социального феномена, дать четкое определение которому действительно не просто. Автор, в частности, вполне обоснованно отмечает, что социальная дифференциация – социальный исток моды (с. 37-42). Далее автор анализирует отличия в стилях и мотивах потребления в России и Китае. А также обращает внимание на быстро растущую взаимосвязь между электронным бизнесом и индустрией моды (с. 48-66). В этой главе автор изложила результаты авторского эмпирического исследования – анкетного опроса об отношении студентов к онлайн покупкам товаров индустрии моды, а также данные вторичного анализа опроса потребителей компании «Alipau» (с. 60-66). В последнем параграфе автор анализирует различия в процессах формирования общества потребления в России и Китае, правда, приходя к выводу о том, что на процесс его становления огромное влияние оказало западное общество потребления и процессы глобализации, различаются лишь его конкретные проявления в наших странах (с. 66-79). В заключении автор подводит итоги исследования, обращая внимание прежде всего на перспективы индустрии моды в России и Китае (с. 79-85). В приложениях представлен инструментарий эмпирического социологического исследования.

Результаты ВКР Цзя Мэн представляют теоретический и практический интерес как для экономической социологии, так и для сравнительных исследований развития индустрии моды в России и Китае. Текст ВКР характеризуется логикой изложения материалов теоретических и эмпирических исследований. Содержание ВКР соответствует заявленному названию. Список литературы включает достаточное количество необходимых, современных источников по теме исследования на китайском, русском, английском языках. Однако, автору можно высказать замечания по тексту:

1. Какие факторы, кроме электронной коммерции, являются важными для развития индустрии моды в России и Китае?
2. Насколько социальная дифференциация по уровню дохода влияет на потребление товаров индустрии моды в России и Китае?

ВКР Цзя Мэн отвечает требованиям, предъявляемым к ВКР учащихся магистратуры. При условии ответов на заданные выше вопросы, автор может заслужить оценку «отлично».

доктор социологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Национальный государственный Университет
физической культуры, спорта
и здоровья имени П.Ф.Лесгафта, Санкт-Петербург»
спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта»

