РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу обучающегося СПбГУ

по направлению 39.04.01 "Социология" по уровню обучения магистратура

Панюшкиной Полины Сергеевны

по теме «Стратегии самопрезентации в социальных медиа»

Выпускная квалификационная работа П.С.Панюшкиной посвящена исследованию типичных способов управления впечатлениями и активного конструирования человеком своего образа в виртуальной реальности, а также их обусловленности социальными факторами на примере социальной сети «ВКонтакте».

Проблема, избранная автором для проведения самостоятельного исследования, относится к числу актуальных, так как растущая роль социальных медиа в повседневных коммуникациях заставляет современного человека выстраивать эффективные стратегии самопрезентации для создания и поддержания своего образа в ситуации физической непредставленности пользователей друг другу, одновременной коммуникации «многих со многими» при повышенной динамичности интеракций, используя ограниченный набор средств опосредованного общения.

Опираясь на теоретико-методологические подходы к исследованию самопрезентации в пространстве социальных медиа, разработанные в трудах зарубежных (Б.Хоган, Л.Робинсон, У.Фриндте, Т.Келер, А.Марвик, Д.Бойд, Т.Шуберт и др.) и российских (А.Е.Жичкина, Е.П.Белинская, Е.Горный, Н.А.Курчакова, С.Г.Ушкин и др.) исследователей, автор критически анализирует основания для классификации стратегий самопрезентации и принимает в качестве основной гипотезы своего исследования формирование тех или иных стратегий самопрезентации в зависимости от цели пребывания пользователя в сети, а также от существующих в данной сети правил и предоставляемых этой сетью сервисов.

Актуальность работе придает стремление автора комбинировать в методике исследования различные подходы к анализу данных числовой и нечисловой природы - текстовых и визуальных документов, расширенных индивидуальных профилей, иерархии статусов пользователей внутри сети, что соответствует современным трендам в области прикладных социологических исследований.

В соответствии с поставленными целями и задачами выпускной квалификационной работы весь материал структурно разделен на две главы и четыре параграфа. Изложение

материала дано в четкой логической последовательности, позволяющей в целом раскрыть заявленную тему исследования.

Во Введении автор обосновывает актуальность выбранной темы, практическую значимость, определяет цель, задачи, предмет и объект исследования.

В Главе 1 автор анализирует различные теоретико-методологические подходы к изучению самопрезентации в социальных медиа и обосновывает (§1) необходимость совмещения драматургической социологии И.Гофмана с концепцией культурного перформанса Дж.Александера. Автор рассматривает феномен самопрезентации как акт самовыражения в процессе общения, направленный на создание определённого (позитивного или негативного) впечатления о себе у аудитории, в качестве которой может выступать как отдельный человек, так и группа людей.

Для раскрытия особенностей создания образов в виртуальной реальности автор (§2) обращается к концепции «кибер-Я» Л.Робинсона, идеям А.Е.Жичкиной и Е.П.Белинской, Н.Курчаковой о взаимодополняемости реального и виртуального образов, Б.Хогана о разделении пространства социальных медиа на три зоны, Е.Горного о четырех базовых формах самопрезентации, В.Фриндте и Т.Келлера о четырех факторах публичного конструировании «Я».

Основываясь на таком понимании, автор определяет стратегию самопрезентации в виртуальном пространстве как совокупность последовательных действий по созданию и поддержанию определенного образа, в зависимости от обстоятельств, т.е. аудитории, естественных условий, действий других людей, таким образом, чтобы предоставить желаемую информацию о себе, а также исключить непроизвольное выражение, способное «выдать» актора.

В Главе 2 автор переходит к эмпирическому изучению стратегий и форм самопрезентации в социальных медиа на основе данных из профилей пользователей самой популярной в России социальной сети «ВКонтакте». Автор (§1) отличает стратегии самопрезентации (действия, разделённые во времени и пространстве) от тактик (разовых актов) и формулирует рабочие гипотезы исследования. Предполагается, что различные типы стратегий самопрезентации зависят от цели пребывания пользователя в сети и реализуются, главным образом, с помощью таких форм, как автобиография и коллекция. Автор разрабатывает систему категорий и единиц анализа текстовых и визуальных документов, соответствующих переменных и индикаторов для приведения данных к виду позволяющему применить факторный и корреляционный анализы.

Основной вывод (§2) по результатам эмпирического исследования – существует семь основных стратегий самопрезентации пользователей социальной сети «ВКонтакте»,

каждая из которых может реализовываться с помощью практически любой формы самопрезентации. При том, что не выявлено типично женских и типично мужских, а также привязанных к возрасту форм самопрезентации, современные пользователи «ВКонтакте» в большинстве случаев используют такую форму самопрезентации как автобиография. Обнаружен ряд типично женских и типично мужских тематик сообществ, интересующих пользователей: для женщин это красота и хобби, для мужчин - музыка, юмор, техника и спорт. Среди общезначимых тем наиболее важной оказалась идентичность.

В Заключении даны общие выводы и предложения, которые могут быть использованы для организации исследований (мониторинга) в других социальных медиа – сетях, блогах и др.

Общий объем выпускной квалификационной работы составляет 112 стр. Библиографический список содержит 52 наименований (44% публикаций выпущены не позднее 2010 года), в том числе, 9 на английском языке.

П.С.Панюшкина продемонстрировала умение использовать положения фундаментальной теории в прикладном исследовании, формулировать гипотезы, отбирать и анализировать эмпирические данные, в том числе, с помощью статистических методов.

Разработанная автором методика может рассматриваться как инструмент для новых исследований проблематики самопрезентации в социальных медиа с возможностью более глубокого смыслового наполнения всех выявленных в результате анализа стратегий самопрезентации.

Выпускная квалификационная работа написана научным языком, соответствует заявленной теме по структуре и содержанию, замечаний по изложению материала и стилю нет.

К числу недостатков работы можно отнести следующее:

Проведя различие между стратегиями и тактиками (техниками) самопрезентации, автор не раскрывает содержание тактик и утверждает, что стратегии могут создаваться лишь посредством четырех форм самопрезентации (автобиография, биография, портфолио и коллекция). Такой подход ведет к крайне обобщенным, абстрактным классификациям предмета исследования.

При количественном анализе переменных автор отдал предпочтение факторному анализу. Однако он требует рациональной интерпретации полученных факторов с точки зрения здравого смысла применительно к целям и специфике предмета исследования. Данная проблема не имеет универсального решения и подлежит отдельному анализу в каждом конкретном случае. Было бы полезным наряду с факторным анализом применить для контроля (или в качестве второй ступени) метод кластерного анализа.

При описании межличностного взаимодействия в виртуальном пространстве автор рассматривает самопрезентацию, главным образом, как процесс менеджмента пользователями социальных медиа впечатлений о себе. В рамках такого подхода каждый виртуальный образ (имидж) является своего рода «маской» и имеет мало общего с реальным «Я» пользователя. Однако существует иной аспект самопрезентации индивида, а именно – поиск своей идентичности, стремление самоутверждаться как личность через различные формы демонстративного поведения, которые следует отличать от рассматриваемых автором форм самопрезентации (автобиографии, биографии, портфолио, коллекции).

Рассмотрение этой проблематики позволило бы автору в эмпирическом исследовании не только выделить стратегии самопрезентации (они оказались тождественны семи факторам, объясняющим 69% дисперсии), но и связать их с носителями определенной социальной (гендерной, поколенческой, религиозной, профессиональной и т.п.) идентичности. Тем более, что сам автор, анализируя тематику сообществ «ВКонтакте», обнаружил, что тема идентичности является общезначимой.

Несмотря на отмеченные недостатки, выпускная квалификационная работа П.С.Панюшкиной является самостоятельным исследованием, имеет теоретическую и практическую ценность, соответствует квалификационным требованиям, заслуживает высокой положительной оценки и рекомендуется к защите.

Рецензент:
Генеральный директор ООО «Диджитал Рисеч»,
кандидат социологических наук **А.А.Иванов**

29.05.2017