

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»

## **ОТЗЫВ**

### **НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**

Студентки Вороновой Юлии Владимировны  
ФИО

Группы СЦ-42 БО направления 39.03.01 «Социология»

#### **На тему «Трансформация образа семьи в российском рекламном телевизионном контенте»**

Объем работы 159 страниц, 3 главы, библиографический список из 60 источников, 3 приложения.

Выпускная квалификационная работа Ю.В. Вороновой посвящена анализу трансформации образа семьи в российском рекламном телевизионном контенте с 1990-х гг. по настоящее время.

Актуальность избранной темы: телевизионная реклама является зеркалом актуальных общественных процессов; одновременно, реклама способна оказывать формирующее воздействие на общественное мнение, транслируя не только стандарты потребления, но и ориентиры поведения из более широкого социального контекста. Эти ориентиры могут касаться норм и практик взаимоотношений в семье, между супругами, родителями и детьми. Телевизионная реклама балансирует на тонкой грани между социально типичным, узнаваемым и идеализированным образом – будь то образ семьи, мужчины, женщины или ребенка. В данной связи представляется важным выяснить, как отразилась в содержании российской телевизионной рекламы постсоветская трансформация института семьи.

В теоретической части работы автор рассматривает понятие и функции рекламы как вида деятельности, характеризует специфику телевизионной рекламы, анализирует категорию «рекламный образ-носитель». Во второй главе работы выделены направления трансформации современной российской семьи, представлен аналитический обзор отечественных исследований образа семьи в рекламе за период с середины 1990-х гг.

В эмпирической части работы представлены результаты авторского исследования, проведенного методом контент-анализа. Ю.В. Воронова анализирует 2 выборки телевизионных рекламных роликов: для характеристики образа российской семьи в современной российской телевизионной рекламе ею были отобраны 50 телевизионных рекламных роликов с использованием образа семьи, демонстрировавшихся на федеральных телеканалах «Россия 1», «Первый канал» и «НТВ» в апреле-мае 2020 г. Для анализа динамики трансформации образа семьи в российской телевизионной рекламе автором отобрано 50 рекламных роликов, размещенных на российском телевидении за период с начала 1990-х гг. по 2010 г. Результаты исследования представлены и проанализированы корректно, выводы автора последовательны и логичны. Автор подробно характеризует образ российской семьи в телевизионной рекламе на основе таких индикаторов как состав семьи, рекламируемый продукт, деятельность каждого члена семьи и их совместная деятельность, локация, в которой показана семья, особенности отношений в семье. По результатам исследования автор констатирует, что образ семьи, демонстрируемый в российской телевизионной рекламе трансформируется в соответствии с актуальными демографическими и социальными тенденциями.

Во время подготовки выпускной квалификационной работы Ю.В. Воронова посещала консультации научного руководителя, продемонстрировала способность к самоорганизации и дисциплинированность. Исследование осуществлялось студенткой самостоятельно с учетом рекомендаций научного руководителя.

Процент оригинальности работы по результатам проверки в системе «Антиплагиат» - 84,54%.

При подготовке выпускной квалификационной работы Ю.В. Воронова продемонстрировала владение широким набором компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01. «Социология», в том числе связанные со способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиотечной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий; критически воспринимать, обобщать и анализировать профессиональную информацию; ставить цели социологического исследования и достигать их; демонстрировать объективность в процессе анализа поставленной научной проблемы. Студентка способна применять базовые знания социологических теорий, методологии и методов социологического исследования для изучения конкретной социологической проблематики.

Работа Ю.В. Вороновой соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам бакалавров и может быть допущена к защите.

Научный руководитель:  
кандидат социологических наук,  
доцент кафедры  
социологии  
Ярославского государственного  
университета имени П.Г. Демидова



Е.В. Михайлова