ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО РЕЦЕНЗЕНТА
НА МАГИСТЕРСКУЮ ДИССЕРТАЦИЮ
КРАМАРЕНКО ЕЛИЗАВЕТЫ МИХАЙЛОВНЫ
«ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В ЕВРОПЕЙСКИХ ЖУРНАЛАХ «СТИЛЯ ЖИЗНИ»
Кафедра международной журналистики
Очная форма обучения

Во введение данной диссертации в качестве одного из положений, выносимых на защиту, заявлен тезис о том, что СМИ, в частности глянцевые журналы, являются одним из основных трансляторов тендерных стереотипов.

Данная фраза, как мне кажется, в полной мере характеризует основную идею исследования Елизаветы Михайловны. Работа, безусловно, интересна и оригинальна, её актуальность обусловлена повышенной популярностью журналов «стиля жизни» на современном медиа-рынке, а также тем, что женщины являются едва ли не ключевым актором журналистских материалов в этих изданиях. В женских журналах пишут о женщинах, потому как женщины являются целевой аудиторией таких изданий. Мужская пресса формирует образы женщины, желанной для мужчин. Журналы «общего интереса» эффективно используют красоту, талант и сексуальность женщин для привлечения читателей и рекламодателей.

Однако, Екатерина пошла еще дальше - у нее, на мой взгляд, получился достаточно интересный, как с теоретической, так и с практической точек зрения, анализ основных тенденций в формировании образа женщины в современной европейской досуговый прессе. Причем объектом исследования являются, пожалуй, одни из самых популярных и авторитетных в мире журналов «стиля жизни»: Vogue, Glamour, Marie Claire и Cosmopolitan.

В первой главе автор дает ретроспективный и перспективный анализ европейского рынка прессы «стиля жизни». В частности, рассматриваются национальные особенности и мировые тренды досуговой журналистики, дается типология европейских глянцевых журналов, а также достаточно подробно рассказывается об аудитории и её предпочтениях. Следует отметить, что это - тот самый случай, когда теоретическая часть диссертации, которая по традиции бывает скучной, у Елизаветы Михайловны, напротив, очень интересна по наполнению. Предельно увлекателен второй и третий параграфы, посвященные, собственно, анализу европейского рынка мужской и женской прессы.

Во второй главе детально анализируются тексты, фотографии и иллюстрации в европейских журналах «стиля жизни», а также в их русскоязычных версиях.

Елизавета Михайловна предпринимает попытку доказать, ито образ женщины и его формирование так или иначе является определяющим атрибутом глянцевого журнала. Анализ текстов и визуального ряда журналов позволил выявить, в чем заключаются отличия в репрезентации внешнего облика, привычек, стиля жизни мужчин и женщин. Кроме того, было рассмотрено, каким образом женщина «вписывается» в «мужские» издания, а также как в них отражено становление роли женщины в современном мире.

И здесь несомненным достоинством работы является то, что она выполнена не только на основе широкого круга привлеченных научных работ, монографий и статей, но и большого интересного эмпирического материала.

Работа неплохо структурирована, логична. В ней хорошо просматривается последовательность решения задач. Кроме того, следует отметить стиль повествования и умение автора четко формулировать основные тезисы.

Отмечая актуальность темы, а так же качество работы, вместе с тем, следует указать на ряд замечаний, большинство из которых носят, скорее, рекомендательный характер.

1. Елизавета Михайловна фокусирует внимание на анализе образа женщины в женской и мужской прессе - GQ, Maxim, Men's Health, Vogue, Glamour, Cosmopolitan. При этом, во второй части исследования практически не упоминаются другие типы досуговый прессы - журналы «общего интереса», издания о путешествиях и так далее. Между тем, на мой взгляд, есть большая разница между образом женщины в гендерно-ориентированной прессе и, например, журналах «общего интереса».

2. Елизавета Михайловна в большей степени анализирует материалы русскоязычных версий глянцевых журналов. Все-таки было бы лучше, если бы автор рассматривал и разбирал тексты и визуальный ряд европейских изданий.

3.В работе практически отсутствуют ссылки на зарубежных исследователей по данной проблематике. При этом, их много, и они есть в открытом доступе на различных сетевых ресурсах.

4.Часто встречаются декларативные суждения типа: "Можно без преувеличения сказать, что в России так называемая «глянцевая культура» возникла практически на ровном месте, спонтанно." (стр. 82). Или «Франция - родина «глянца» (стр. 39).

Приведенные выше замечания и предложения-рекомендации нисколько не умаляют достоинств работы, главные из которых - высокий уровень анализа теоретических положений исследования, самостоятельность, творческая инициативность в работе, убедительность и логичность выводов.

Считаю, что Екатерина Михайловна, кроме того, что содержанием данной работой достигла обозначенной цели и намеченных задач, но

и обозначила перспективным горизонт ***ш ШШШШ ШШ1*** разработок, как для себя, так и для коллег занимающихся исследованиями по данной проблематике.

Иными словами, магистерская диссертация Крамаренко Елизаветы Михайловны ««Образ женщины в европейских журналах «стиля жизни» соответствует предъявляемым требованиям, и её автор безусловно заслуживает положительной оценки.

Официальный рецензент:

доктор психологических наук, ,

профессор кафедры менеджмента массовых коммуникаций *X?*

Коваленко Н.П. ///%п/ ^