

## **ОТЗЫВ**

**на автореферат диссертации Голубковой Екатерины Александровны на тему «Ambient media в социокультурном пространстве крупного города», представленную на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 5.4.6. Социология культуры**

Диссертационное исследование Голубковой Е.А. представляет собой научно-квалификационную работу, в которой предпринята попытка анализа новых форм рекламных коммуникаций, способных формировать новое коммуникативное пространство. Безусловно, выбранная тема исследования обладает высоким уровнем актуальности и, одновременно - сложности. Несмотря на специфический и узкий объект исследования, она связана с существенными трансформациями и особенностями развития современного общества, систем взаимодействия и коммуникации между различными социальными субъектами.

Особую ценность в работе представляет выявление особенностей и характера восприятия нового рекламного медиа населением двух крупных городов России и Великобритании (Екатеринбург, Ньюкасл).

Представляет научный интерес выделенные диссертантом в результате теоретического анализа критерии традиционных и нетрадиционных рекламных медиа, которыми являются способ воздействия медийной формы и окружающей среды на индивида; постоянство воздействия рекламы на социального актора; контекстное соответствие (совпадение) между рекламой и окружающей средой.

Очевидную научную новизну представляет разработанная Е.А. Голубковой типология современных рекламных медиа, включающая в себя осмысление нетрадиционных Ambient медиа. Автор выявляет специфические характеристики новой формы рекламы: коммуникативные, эмоционально-насыщенные и этические (психологический аспект), личностные (субъектно-ориентированный аспект), социокультурные.

Хочется отметить весомую эмпирическую базу диссертационного исследования, повышающую обоснованность выводов диссертанта. Избранные диссертантом методы исследования (анкетный опрос жителей г. Екатеринбурга, фокус-группы с отдельно выделенной группой «активных» горожан, глубинные интервью с экспертами рекламного сообщества г. Екатеринбурга, глубинные интервью с жителями города Ньюкасл (Великобритания) включают качественные и количественные стратегии исследования, что позволило Е.А. Голубковой дать полную характеристику восприятия Ambient media жителями крупного города.

Научную новизну и интерес представляет также разработанная автором типология горожан в зависимости от их восприятия города: «пространственно-ориентированные», «социально-ориентированные», «смешанный тип».

Анализ содержания диссертации позволяет говорить о вкладе Е.А. Голубковой в приращение отраслевого социологического знания, а именно в такие отрасли как социология культуры, социология массовой коммуникации.

Вместе с тем, положительно оценивая диссертационное исследование, хотелось бы диссертанту задать уточняющий вопрос:

1. Малоизученность проблематики диссертационного исследования должна сопровождаться, на наш взгляд, более подробным описанием конкретных объектов подобной формы рекламы в городской среде. В реферате не представлены примеры объектов данной рекламы, за счет чего создается впечатление, что автор изучает явление, которое практически не распространено в городской среде. Насколько оно представлено в Екатеринбурге?

Высказанное замечание не умаляет достоинств работы. Диссертация Е.А. Голубковой «Ambient media в социокультурном пространстве крупного города» носит законченный самостоятельный характер, отличается актуальностью, логичностью, научной новизной, практической значимостью

