

УДК 316.4.06;316.42;316.45

Т. В. Шипунова

ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТ «ГЛАМУР» В ДИСКУРСЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Санкт-Петербургский государственный университет, Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9

Статья посвящена изучению процесса продвижения потребления как главной ценности коньюмеристского общества. Автор рассматривает Интернет-пространство как особое поле власти, регулирующее процесс потребления. Одним из способов такого регулирования является создание и продвижение (а)социальных проектов. В статье приводятся результаты исследования интернет-проекта «Гламур» — одного из наиболее влиятельных и развитых проектов потребительского общества. Рассмотрены некоторые виртуальные коммуникативные ресурсы, продвигающие идеи гламуризации с помощью маркетинговых стратегий. Особое внимание уделено таким стратегиям продвижения интернет-проекта, как использование разработчиками сайтов обучающих циклов, нацеленных на программирование потребительского поведения, игры с цифрами, возможности самопрезентации, информирование о распродажах, маркетинговые экспресс-опросы, возможность развития виртуальной карьеры на страницах сайтов, консультирование по вопросам моды и превращению в гламурную даму или мужчину и др. Библиогр. 11 назв.

Ключевые слова: общество потребления, потребительские ценности, маркетинговые стратегии, интернет-коммуникации, интернет-пространство, (а)социальные интернет-проекты и др.

GLAMOUR: AN INTERNET PROJECT IN THE CONSUMERIST DISCOURSE

T. V. Shipunova

St. Petersburg State University, 7/9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

The article studies the process of promoting consumption as the main value in a consumerist society. The author considers the Internet-space a specific field of power that regulates the process of consumption. One way of such regulation is the creation and promotion of social projects. The article presents the results of a study of Internet-project “Glamour” — one of the most influential projects and developed consumer society. Some virtual communication resources promoting the ideas of glamourization using marketing strategies are considered. Particular attention is paid to strategies of Internet project promotion that developers use such as training sites cycles aimed at consumer behavior programming, games with numbers, the opportunities for self-presentation, informing about sales, marketing express-polls, virtual career opportunity on web pages, fashion counseling and transforming into a glamorous lady or man, etc. Refs 11.

Keywords: consumer society, consumer values, marketing strategy, online communication, online space, (a)social Internet-projects, etc.

Контактная информация

Шипунова Татьяна Владимировна — доктор социологических наук, доцент, профессор;
shtatspb@yandex.ru

Shipunova Tatiana V. — Doctor of Sociology, Associate Professor, Professor;
shtatspb@yandex.ru