



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.3.7>

УДК 81:005.57
ББК 81.006.2

Дата поступления статьи: 09.06.2016
Дата принятия статьи: 29.08.2016

ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕНИЯ В ОТКРЫТЫХ ГРУППАХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» КАК ОТРАЖЕНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ ¹

Светлана Владимировна Гуськова

Кандидат филологических наук, доцент кафедры русской филологии и журналистики,
Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина
guskova_s_v@mail.ru
ул. Интернациональная, 33, 392000 г. Тамбов, Российская Федерация

Вера Николаевна Левина

Доктор филологических наук, доцент кафедры русской филологии и журналистики,
Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина
levina_vn@mail.ru
ул. Интернациональная, 33, 392000 г. Тамбов, Российская Федерация

Аннотация. В статье выявлены особенности процесса коммуникации, организованного молодежной (студенческой) аудиторией в открытых группах социальной сети «ВКонтакте», посвященных университетской среде. Выбор групп для исследования обусловлен их привязкой к ведущим высшим учебным заведениям Российской Федерации, представляющим различные федеральные округа, объективность данных обеспечивается многочисленностью участников.

Изучение специфики коммуникации в группах осуществлено с учетом социальных характеристик их участников; содержания, отраженного в кратком описании группы, которое создано администрацией учебного заведения; контента стены группы; активности участников группы при наполнении контента группы и комментировании информации на стене группы; тематики контента, создаваемого участниками группы, а также с учетом языковых особенностей контента, созданного участниками группы, и комментариев. Установлены сходства и различия общения в группах, связанных с разными вузами. Общность проявляется в целевых установках создания группы, определяющих тематику контента, в речевом воплощении содержания сообщений и комментариев к ним, различия – в активности участников групп при обсуждении той или иной информации.

Выявлено, что коммуникация в открытых группах, посвященных университетской среде, отражает в целом такие ценностные ориентиры студенческой молодежи, как стремление учиться и получать знания, желание стать дипломированным специалистом и сформировать прочный фундамент для дальнейшей самореализации, хотя студенты преимущественно потребляют информацию, принимают ее к сведению, не выражая своей позиции.

Ключевые слова: социальная сеть, линейная коммуникация, нелинейная коммуникация, коммуникант, студент, ценностные ориентиры, стиль изложения, полемика.

Коммуникация в целом и межличностная коммуникация в частности в современном мире, когда существенно изменились средства и каналы коммуникации, претерпела трансформацию. Информация становится доступной практически мгновенно, причем она может быть представлена в различных формах (печатной и электронной), не только словесно, но и с помощью средств визуализации (фото и видео). Процесс коммуникации перестал протекать линейно, когда информация передается от отправителя получателю и обратно (по такой схеме организуется диалог); все чаще в него включаются новые звенья коммуникантов.

На процессе функционирования информации в обществе серьезнейшим образом отразилось появление Интернета. «Важнейшее его качество – опережение в оперативности подачи информации в сравнении с традиционными СМИ. Если для телепередач часто характерна “интерактивность замедленного действия”, то для сети Интернет это явление практически не характерно: информация должна получить отклик сиюминутно. В противном случае она теряет свои главные свойства – информативность и актуальность. <...> Более того, значительная часть сетевых ресурсов имеет возможность быть “услышанными” широчайшей аудиторией (заинтересовала информация – поделись ею в социальных сетях)» [1, с. 249–250].

Площадкой для организации межличностной коммуникации все чаще становятся социальные сети, причем в пространстве Интернета протекают диалоги и полилоги самой разной направленности – от бытовой до деловой, что согласуется с целями коммуникантов. Особенности общения в Интернете позволяют коммуникантам выражать самые разные оценки того или иного события, поскольку, как правило, во время создания сообщения в Интернете над коммуникантами не довлеют внешние обстоятельства (коммуникант чаще всего отправляет сообщения в социальные сети в комфортной, привычной для него обстановке). Как справедливо замечает М. Кастельс, «в цифровом окружении, в котором теперь работают журналисты, новые факты возникают ежедневно, если не ежеминутно; аудитория постоянно реагирует, и эта ре-

акция интегрируется в медиакоммуникацию; все больше голосов общества становятся слышимыми; все большее количество вариантов освещения тех или иных событий становится доступным публике; все большее количество историй (и за все большее время) становится доступным в цифровых архивах, которые допускают и поиск; все большее количество людей у власти попадает под наблюдение и контроль СМИ; все большее количество людей вовлекается в перемены мирового масштаба через такие простые акты, как фотография или видео ключевых моментов, через комментарии к блогам или через перепост историй, которые для них интересны или важны» [3, с. 268–269].

Основная цель нашей работы заключается в том, чтобы посредством выявления особенностей процесса коммуникации, организованного молодежной (студенческой) аудиторией в открытых группах социальной сети «ВКонтакте», определить ценностные ориентиры коммуникантов данной категории.

Значимыми для данного исследования являются работы по теории коммуникации, в которых охарактеризованы концептуальные основы организации коммуникативного процесса в современном обществе (О.Л. Гнатюк, В.Б. Кашкин, Г.Г. Почепцов, И.А. Стернин и др.), а также представлены различные трактовки понятия коммуникации. Под коммуникацией будем понимать процесс обмена информацией между общающимися сторонами [2, с. 18].

Материалом исследования стали открытые группы самой популярной русскоязычной социальной сети «ВКонтакте» (число активных пользователей – 100 миллионов человек [4, с. 7]), посвященные университетской среде: «Московский университет имени С.Ю. Витте» (г. Москва, Центральный ФО), «Университет ИТМО | Магистратура» (г. Санкт-Петербург, Северо-Западный ФО), «Донской государственный технический университет» (г. Ростов-на-Дону, Южный ФО), «Клуб студентов Пятигорского государственного технического университета» (г. Пятигорск, Северо-Кавказский ФО), «Казанский федеральный университет» (г. Казань, Приволжский ФО), «Уральский федеральный университет» (г. Екатеринбург, Уральский ФО), «Байкаль-

ский государственный университет» (г. Иркутск, Сибирский ФО), «Объединенный совет студентов ДВФУ» (г. Хабаровск, Дальневосточный ФО), «Типичный КФУ (Крымский федеральный университет)» (г. Симферополь, во время проведения исследования – Крымский ФО).

Выборка сделана таким образом, чтобы в поле зрения исследователей попали группы соцсети, охватывающие студенческое сообщество различных регионов, представляющих все федеральные округа Российской Федерации.

Поясним, что понятие «открытая группа в социальной сети» предполагает автоматическое (без приглашения администраторов) вступление в группу всех желающих, однако это не означает, что каждый желающий, даже уже состоящий в группе, может написать что-либо на площадке для публичного общения (в социальной сети «ВКонтакте» – стена). Во многих группах сообщения проходят модерацию (проверку администрацией) и только затем добавляются на стену группы для всеобщего прочтения. Таковы, например, группы типа «Подслушано...» («Подслушано в КубГУ» (https://vk.com/overhear_kubsu), «Подслушано в ТГУ имени Г.Р. Державина» (<https://vk.com/public61055670>) и т. п.), где сообщения на стену добавляются после модерации и от имени группы, а отправители сообщений остаются неизвестными, кроме тех, кто комментирует сообщения. Во многих группах «ВКонтакте» (и таких групп большинство) сообщения на стену добавляются только администратором группы, он же является и автором, и отправителем сообщений; пользователи имеют право комментировать сообщения администратора. Так организованы, например, группы «Донской государственный технический университет» (<https://vk.com/donstu>), «Казанский федеральный университет» (https://vk.com/kazan_federal_university), «Уральский федеральный университет» (<https://vk.com/ural.federal.university>), «Объединенный совет студентов ДВФУ» (https://vk.com/oss_dvfu), «Типичный КФУ (Крымский федеральный университет)» (https://vk.com/typical_cfu). Тем не менее многие группы (в зависимости от цели их создания администраторами) организованы как открытые площадки для комму-

никации, например, группы: «Московский университет имени С.Ю. Витте» (<https://vk.com/mosvitte>), «Университет ИТМО | Магистратура» (<https://vk.com/itmomagistry>), «Клуб студентов Пятигорского государственного технического университета» (<https://vk.com/club1461269>), «Байкальский государственный университет» (<https://vk.com/vkbaikalgau>).

Охарактеризуем контент групп социальной сети «ВКонтакте» по следующим параметрам:

- 1) количество участников группы, социальный портрет участников группы;
- 2) краткое описание группы, созданное ее администрацией;
- 3) контент стены группы;
- 4) активность участников группы при наполнении контента группы и комментировании информации на стене группы;
- 5) тематика контента, создаваемого участниками группы;
- 6) языковые особенности контента, созданного участниками группы, и комментариев;
- 7) ценностные ориентиры участников группы, создающих контент на стене группы и комментирующей информацию.

Для анализа были выбраны группы с количеством участников большим, чем в других группах, общение в которых посвящено университетской тематике, в конкретном федеральном округе. Количественный состав участников проанализированных групп – в интервале от 367 до 26 186 человек.

Здесь следует уточнить, что при описании социального портрета подписчиков каждой группы внимание было обращено на такие характеристики, как пол, возраст, указание на привязку к конкретному вузу. Полученные данные представлены в таблице.

Установлены следующие социальные характеристики участников проанализированных групп. Большинство участников групп – лица женского пола в возрасте от 21 до 25 лет. В отдельных случаях пол и возраст подписчиков скрыт, поэтому мы руководствовались отраженными на страницах пользователей данными. «Пространство сайта в силу его определенных свойств (относительной анонимности, дистанционного общения) предоставляет возможность использовать практически любые

гендерные репрезентации для создания своей виртуальной стороны личности» [5, с. 80]. Большинство участников групп указывают свою принадлежность к конкретному вузу. Таким образом, безошибочным представляется анализ контента групп в социальной сети «ВКонтакте», посвященных университетской

среде, поскольку их активные участники – преимущественно студенты.

Рассмотрим каждую группу более подробно.

1. Группа «Московский университет имени С.Ю. Витте» (<https://vk.com/mosvitte>).

Социальный портрет участников открытых групп социальной сети «ВКонтакте», посвященных университетской среде

№ п/п	Название группы	Число участников группы (на 05.06.2016), чел.	Гендерная принадлежность участников группы (муж. / жен.), чел.	Возраст участников группы (от 14 до 20 / от 21 до 25 / от 26 до 30 / от 31 до 40 / свыше 40 лет), чел.	Указание на привязку участников группы к вузу
1	«Московский университет имени С.Ю. Витте» (https://vk.com/mosvitte)	4 674	1 223 / 2 992	1 098 / 1 617 / 735 / 478 / 119	1 301
2	«Университет ИТМО Магистратура» (https://vk.com/itmomagistry)	796	342 / 454	30 / 623 / 69 / 35 / 14	538
3	«Донской государственный технический университет» (https://vk.com/donstu)	18 123	8 398 / 10 219	6 013 / 8 226 / 2 678 / 750 / 317	10 383
4	«Клуб студентов Пятигорского государственного технического университета» (https://vk.com/club1461269)	367	187 / 180	7 / 84 / 212 / 41 / 5	258
5	«Казанский федеральный университет» (https://vk.com/kazan_federal_university)	26 186	8 217 / 17 961	8 461 / 10 818 / 3 609 / 1 579 / 686	14 194
6	«Уральский федеральный университет» (https://vk.com/ural.federal.university)	19 460	7 898 / 11 554	7 703 / 8 039 / 1 847 / 796 / 392	11 547
7	«Байкальский государственный университет» (https://vk.com/vkbaikalgu)	8 385	2 568 / 5 816	3 046 / 3 752 / 911 / 254 / 125	4 878
8	«Объединенный совет студентов ДВФУ» (https://vk.com/oss_dvfu)	4 204	1 409 / 2 794	1 396 / 2 224 / 279 / 96 / 88	2 475
9	«Типичный КФУ (Крымский федеральный университет)» (https://vk.com/typical_cfuf)	11 670	3 896 / 7 773	4 513 / 4 917 / 997 / 450 / 199	7 445

Это официальная группа университета. В верхней части страницы даны номер лицензии и срок ее действия, ссылки на адреса в интернете, где можно получить информацию о вузе, контакты, в том числе приемной комиссии, адрес вуза. Можно сделать вывод о том, что группа создана с целью привлечения внимания абитуриентов. На стене группы от имени ее администрации публикуется информация следующего характера: расписание занятий, ссылки на результаты государственных экзаменов, информация о наличии бюджетных мест, новости на тему «где бывали, что видали», картинки и инфографика на студенческую тему. Поскольку стена группы открытая, информацию могут размещать и ее участники. Данная группа не «мертвая»: в отличие от многих подобных групп подписчики активно участвуют в создании ее контента, обсуждают и комментируют информацию, задают вопросы друг другу и администрации. Вопросы преимущественно касаются условий поступления в вуз, особенностей обучения в нем. Общение участников группы протекает в вежливой форме, на что указывают такие конструкции, как *Добрый день!*, *Здравствуйте!*, *Скажите пожалуйста*, *Спасибо!* Однако встречается и молодежный жаргон, например: *Рейбят! Кто был 28.05 на консультации по поводу госов и защиты (ФиК, выпускники июнь, специалисты)? Расскажите что там было, плиз!* Язык общения креолизированный (комментарии и обсуждения дополняются картинками, чаще – смайлами).

Активно пополняется сообщениями раздел «Обсуждения», в котором на 01.06.2016 создано около двадцати тем: «Перевод из МИБД», «Работа для студентов и выпускников», «Выпускники университета, отзовитесь!» и др. Судя по сообщениям, вопросам и комментариям для участников группы в приоритете образование.

2. «Университет ИТМО | Магистратура» (<https://vk.com/itmomagistry>).

В «шапке» к группе сообщается самая актуальная информация (в начале июня 2016 г., например, такая: *Закончился прием заявок на конкурс портфолио среди поступающих в магистратуру Университета ИТМО.* Далее сообщаются даты вступительных испытаний в магистратуру. Здесь

же размещено фото выпускников магистратуры (бросают в воздух конфедератки) с подписью *Поступай в магистратуру университета ИТМО.* По-видимому, группа создана с целью привлечения внимания абитуриентов магистратуры. От имени администрации группы публикуется информация о достижениях вуза (победы в конкурсах и т. п.), видеоролики, стимулирующие к поступлению в магистратуру (например, пост от 03.06.2016 «Выпускники ИТМО 2020 года – будущим абитуриентам вуза»), дефайны студенческих конкурсов. Возможность размещать информацию на стене группы имеет не только ее администрация, однако активности ее участников не наблюдается – встречаются лишь редкие комментарии. Например, 30.05.2016 размещена информация о проведении конкурса портфолио для поступающих в магистратуру. В этот же день новость обсуждается двумя участниками группы (здесь и далее приводится авторский текст, орфография и пунктуация при цитировании сохранены. – С. Г., В. Л.):

Алина Устинова: «кто-нибудь знает, должно ли прийти какое-то подтверждение о том, что заявка принята? отправляла сегодня утром документь».

Татьяна Копылова: «Алина, должно прийти ответное письмо, что заявка принята».

Алина Устинова: «Татьяна, а если такое не пришло, что это значит? до этого отправляла заявку и письмо доставлено не было из-за того, что ящик адресата был переполнен. на третий раз все получилось, но ответа нет».

Татьяна Копылова: «Алина, наверное еще не прочли».

Татьяна Копылова: «Алина, я тоже отправляла, ответ не сразу был».

Алина Устинова: «Татьяна, спасибо! буду надеяться, что все нормально. а то как на иголках: дошло оно до них или нет».

08.04.2016 размещена информация о программе магистратуры «Оптоэлектронные системы отображения информации и светового дизайна». Опубликованы два комментария:

Елизавета Редкокаша: «Здравствуйте! А можно в ближайших постах рассказать о Производственном менеджменте? А то пишу письма на кафедру, а мне не отвечают :(((Заранее спасибо!))».

Университет ИТМО | Магистратура: «Елизавета, мы постараемся! спасибо за предложение!»

Следовательно, администрация группы открыта для диалога с подписчиками группы, однако это не прибавляет группе популярности среди будущих магистрантов и других заинтересованных лиц. Кроме того, судя по многочисленным комментариям, создается не очень благоприятный имидж руководства магистратуры (не раз отмечается отсутствие связи с ней). Свои эмоции студенческая молодежь, как и в предыдущей группе, передает с помощью смайлов (в отдельных случаях встречаются анимированные платные смайлы «ВКонтакте»), например, дружелюбный хомяк Сеня). Фразы, построенные участниками группы, в большинстве случаев простые, без приветственных вступлений и благодарственных слов.

В разделе «Обсуждения», который активно пополняется сообщениями, создана только одна тема – «Вопросы» и обсуждаются преимущественно правила поступления, обеспечение местами в общежитии.

Обнаруживается, что участники группы – заинтересованные в поступлении в магистратуру лица, однако нельзя утверждать, что учеба и получение знаний для них приоритетны. Вероятно, ими движет прагматический интерес – получение нового статуса (магистрант) и создание фундамента на будущее (получение диплома магистра).

3. «Донской государственный технический университет» (<https://vk.com/donstu>).

Официальное сообщество университета «ВКонтакте» – одна из самых многочисленных студенческих групп в социальной сети. Наверху стены размещена информация для поступающих в вуз. Стена закрыта, информацию размещает только ее администрация, это, как правило, сведения о дефайнах мероприятий для студентов и сотрудников вуза, информация и фотоотчеты по следам университетских мероприятий, сведения о льготах для студентов и сотрудников вуза, правила поступления в вуз, видеоролики о вузе, рисунки и инфографика на студенческую тематику, перепосты информации других групп на студенческую тематику. Хотя группа весьма многочисленная, новости комментируются редко. Причем комментирование получает информация, не связанная напрямую с учебным процессом, но обсуждается она в той проекции, которая

актуальна для студентов (как то или иное явление отразится на успеваемости студента). Например, 31.05.2016 на стене была размещена следующая информация:

1 июня стартует кампания по набору волонтеров на Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 в России™ и Кубок Конфедераций FIFA 2017, которая обещает стать самой масштабной в истории волонтерского движения страны. Хочешь принять участие? Тогда приходи 1 июня в 14:00 в Конгресс-холл ДГТУ. Тебя ждет праздничный концерт и прием первых заявок в волонтеры ЧМ-2018. Узнать больше о волонтерской программе можно на официальном сайте ru.fifa.com/worldcup/organisation/volunteers/index.html.

Последовало обсуждение сообщения:

Никита Честков: «А если я не смогу, мне на зачеты не отобразится, а то тут слух прошел».

Gendalf Cer: «Скорее факт».

Октябрина Иванова: «Я пас...»

Алексей Кудинов: «Если заставляют - посылайте смело, угрожать зачетом не имеют право! Привет от Сатиры без позитива :)»

Донской государственный технический университет: «Никита, не отразится ни на зачетах, ни на экзаменах, регистрация в волонтеры добровольная, никакого принуждения со стороны администрации вуза нет».

Эдвард Одинцов: «Алексей, Слух об этом, к сожалению, распушен был мной. Из-за моего недопонимания ситуации, и моей полной глупости, я не справедливо обвинил честного преподавателя. Пост был удален из паблика, дабы избежать еще большего ущерба со стороны поста, который написал я, в сторону репутации нашего преподавателя. Моя вина неопределима велика. Прошу простить, кто сможет».

Очевидно, что участники группы допускают некоторую вольность в комментариях, причем можно предположить, что не все аккаунты зарегистрированы под именами реальных студентов вуза, а это дает определенную свободу при изложении мыслей (цель – оставаться неизвестным).

В группе есть раздел «Обсуждения», который обнаруживает активность участников группы и заинтересованного круга лиц. К 01.06.2016 создано пять тем: «Тема для абитуриентов», «Работа для студентов», «Общие вопросы», «Тема для заочников», «Ищу жи-

лье на время учебы». По-видимому, для участников группы приоритетным является поступление в вуз (для абитуриентов), успеваемость (как не попасть под отчисление), комфортное проживание, а также веселый и интересный досуг не в ущерб учебе.

4. «Клуб студентов **Пятигорского государственного технического университета**» (<https://vk.com/club1461269>).

Группа немногочисленная (365 человек), однако авторы сообщений – преимущественно сами студенты. Они приглашают подписываться на другие группы (например, в посте от 05.06.2016: «*Сарафанное Радио КМВ*» – *все молчат, а мы расскажем! У нас вы найдете самые интересные и актуальные новости Пятигорска и КМВ, а также истории, присланные нам самими жителями нашего региона. А еще в нашем наблике собраны все самые красивые фото Пятигорска и городков КМВ. Подписывайтесь, с нами интересно!* <http://vk.com/public107961335>), размещают информацию о сдающемся внаем жилье и встречном спросе на жилье, о конкурсах и конференциях для студентов, объявления о «помощи в написании курсовых и дипломных работ», которая сопровождается активным использованием смайлов, рисунков, инфографики. Есть информация от потенциальных работодателей, у которых имеются вакансии. Сообщений о приемной кампании в вузе, проведении дней открытых дверей и т. п. мало, что вполне объяснимо: авторы сообщений – студенты, для которых этот вопрос неактуален.

Тексты сообщения в группе построены примерно по одному образцу: обращение (к конкретной группе: *Дорогие друзья!*; *Друзья!*; *Привет!*; к широкому кругу участников: *Студентам, аспирантам, магистрантам, молодым ученым!*; *Только для студентов!*; *Доброго дня, студент!* и т. п.), изложение сути сообщения, контакты.

Раздел «Обсуждения» наличествует, однако сообщения в нем размещаются очень редко.

5. «**Казанский федеральный университет**» (https://vk.com/kazan_federal_university).

Это самая многочисленная из анализируемых групп (26 186 пользователей), число участников увеличивается практически каждый день. Информацию может публиковать только администрация группы. Наверху сте-

ны размещен адрес вуза, дана ссылка на официальный сайт.

Тематика публикуемой информации следующая: текстовые и фотоотчеты об университетских мероприятиях, сведения о дедлайнах мероприятий, информация для поступающих, перепосты сообщений других групп. Отдельные сообщения получают активное обсуждение, может разворачиваться полемика. Например, 06.06.2016 было размещено сообщение о подведении итогов конкурса «Я люблю КФУ за...». Несогласные с результатами конкурса вступают в обсуждение новости:

Ирина Михайлова: «А никого не смущает, что у него не бОльшее кол-во лайков?»).

Камила Тригулова: «Действительно, неувязочка».

Дмитрий Галанин: «Ирина, судя по содержанию его поста, квота для Крыма или что-то в этом роде»).

Казанский федеральный университет | [kazanfederal](https://vk.com/kazanfederal): «Ирина, мы за живые like настоящих людей!»

Ирина Михайлова: «Казанский федеральный университет | [kazanfederal](https://vk.com/kazanfederal), а у меня не настоящие? У меня так же лайкали реальные люди (могу скринны показать, где приходят уведомления). Плюс у меня тоже есть своя группа в вк с кол-вом в 100к, где мне помогали. Как и Марату, в принципе. Нечестно вы судите, похоже он ваш знакомый или что-то в этом роде, ибо другого предположения Вашего выбора у меня нет».

Казанский федеральный университет | [kazanfederal](https://vk.com/kazanfederal): «Ирина, к сожалению, мы не находили прямого подтверждения вашим словам на протяжении последних 5 дней. Мы были очень внимательны и постоянно наблюдали за ситуацией».

Как видим, стиль изложения – неофициальный, местами близкий к разговорному.

При всей многочисленности участников группы активности их не наблюдается, «лайки» под сообщениями и перепосты сообщений на свою страницу редки. Сообщения типа *Завтра ты можешь спасти чью-то жизнь* о проведении Дня донора (опубликовано 08.06.2016) также не находят активного отклика. Можно предположить, что всю информацию участники группы только принимают к сведению.

Раздел «Обсуждения» в группе наличествует, но диапазон тем узкий: «Все о поступ-

лении в КФУ» (размещено только одно сообщение 15.04.2013), «Свободный чат» (обсуждаются вопросы о трудоустройстве, размещаются приглашения на научные мероприятия, задаются вопросы о поступлении, которые часто остаются без ответа т. д.), «Вакансии для студентов» (предложения от работодателей), «Общежития КФУ» (тема обсуждается активно, студенты и абитуриенты получают от администрации ответы на вопросы). В связи с невысокой активностью участников группы определить их ценностные ориентиры весьма сложно.

6. «Уральский федеральный университет» (<https://vk.com/ural.federal.university>).

Официальное сообщество университета – одна из самых многочисленных университетских групп (19 460 участников). Информацию размещает администрация группы. Название группы сопровождается девизом: *Увлекательные знания, увлекательная жизнь!* В описании группы содержится информация общего характера: *Уральский федеральный университет – крупнейший федеральный университет России, предлагающий богатые возможности развития личности с высокими профессиональными и социальными компетенциями, – интеллектуальное ядро динамично развивающегося делового, культурного и индустриального центра Евразии;* даются ссылки на интернет-ресурсы университета. Преобладающая тематика: освещение встреч с интересными людьми в стенах университета (тексты, фото- и видеоролики), обращения к абитуриентам, информация о предстоящих и завершенных конкурсах для студентов, перепосты на другие группы, анонсы университетских событий со ссылкой на первоисточники. Участники данной группы активны в ее жизни: ставят «лайки», делают перепосты информации, комментируют новости.

Стиль речи участников группы весьма раскрепощенный, лексика часто просторечная. Например, 06.06.2016 опубликована такая информация: *Когда-то в #УрФУ был создан центр коллективного пользования научным оборудованием. Теперь такой же появится в Новосибирском государственном университете: <http://urfu.ru/ru/news/news/16087/>.*

Она комментируется следующим образом:

Юрий Ра: «сколько **несчастно власть** ругают за реформу науки! А ведь они правильно сделали! Это давно надо было сделать! Мой отец в молодости работал в академии наук, он говорил, что на одного работающего, там четверо **дармоедов**».

Наталья Зайцева: «Юрий, почему вы уверены, что после реформы число **дармоедов** сократится? может быть наоборот)».

Обнаруживается полемика между авторами комментариев. Так, информация *В сводном рейтинге брендов университетов России #УрФУ поднялся с тринадцатого на шестое место: <http://urfu.ru/ru/news/news/16036/>* прокомментирована следующим образом:

Денис Нестеров: «Только качество образования падает, удивительная взаимосвязь!»

Александр Рыжов: «Денис, ты сам-то сделал что-нибудь, чтобы поднять его?»

Денис Нестеров: «Александр, а что в моих силах, собственно, сделать? Я не могу преподавать, не в моей власти составлять учебные программы».

Александр Рыжов: «Денис, учись, а не вопи на всю ивановскую, что качество падает. Оно и без этого видно».

Денис Нестеров: «Александр, следи за собой, пожалуйста, не нужно мне советовать, что делать, спасибо».

В данном контексте доминирует ернический стиль изложения (причем экспрессия усиливается за счет смайлов), просторечие.

Раздел «Обсуждения» отсутствует, хотя у студентов есть потребность в обсуждении размещаемой в группе информации, что свидетельствует о равнодушии подписчиков к широкому кругу вопросов: от университетской жизни до проблем современного общества.

7. «Байкальский государственный университет» (<https://vk.com/vkbaikalgu>).

Девиз группы – *Забота о студентах более ста лет*. В верхней части страницы размещается информация о предстоящих событиях в университете. Сообщения на странице добавляются администрацией и участниками группы, причем достаточно активно (если в большинстве групп с периодичностью раз в несколько дней / раз в неделю, то в данной группе публикуется по несколько сообщений ежедневно). Тематика сообщений от уча-

стников группы различная: перепосты других страниц с предложениями пройти стажировку, принять участие в мероприятии, советы прочитать конкретные книги. Сообщения, размещаемые администрацией группы, содержат предложения по трудоустройству студентов вуза, призывы сдать книги в университетскую библиотеку и т. п., отсылают на другие ресурсы, на которых размещена оперативная информация о вузе, видеоролики и фотоотчеты о жизни университета.

Стиль общения в группе – неофициальный, но обнаруживающий соблюдение существующих языковых норм: сообщения написаны преимущественно грамотно, жаргонизмы типа *Крутяк!* – весьма редкое явление.

Наибольшая активность как участников группы, так и круга заинтересованных лиц наблюдается в разделе «Обсуждения», где создаются конкретные темы. Так, на 08.06.2016 при обсуждении темы «Работа для студентов и выпускников. Региональный центр содействия трудоустройству и адаптации к рынку труда выпускников образовательных учреждений ВПО» создано 400 сообщений, темы «ОБЩЕЖИТИЯ Байкальского университета» – свыше 550 сообщений, «Приемная комиссия онлайн: отвечаем на вопросы» – свыше 3 000 сообщений. Судя по тематике сообщений, абитуриенты глубоко заинтересованы в поступлении в вуз, а студенты стремятся быть трудоустроенными по специальности.

8. «Объединенный совет студентов ДВФУ» (https://vk.com/oss_dvfu).

Описание группы отсутствует, в верхней части стены размещены актуальные сведения об университетских мероприятиях. Информация размещается администрацией группы. Тематика сообщений: информация о стажировках, перепосты материалов по студенческой тематике, анонсы мероприятий, ссылки на новости на официальном сайте вуза. Обсуждение информации участниками группы отсутствует – аудитория проявляет себя неактивно (встречаются редкие «лайки»). Некоторую активность студенты обнаруживают в разделе «Обсуждения», вероятно, связано это с тем, что студенты и абитуриенты ставят проблемы, задают вопросы, но многие их сообщения остаются без ответов администрации. Круг вопросов весьма широкий:

о стипендиях, о наборе на конкретную специальность, о проблемах университетских общежитий и столовых и др. При этом стиль общения близок к официальному, используются формы официальной вежливости (*Здравствуйте!*, *Скажите пожалуйста*, *Спасибо!*), что, очевидно, связано с предполагаемым обращением студентов и абитуриентов к администрации вуза.

9. «Типичный КФУ (Крымский федеральный университет)» (https://vk.com/typical_cfu).

Девиз группы – *Удачи всем!* Сообщения размещаются от имени администрации, однако возможно размещение сообщений со ссылкой на конкретных авторов (такие сообщения, как правило, модерятся). В силу того что «авторский коллектив» большой (в группе 11 670 участников), сообщения создаются и размещаются активно (по несколько десятков в день). Контент стены в группе и составляют преимущественно такие сообщения.

Раздел «Обсуждения» в группе отсутствует, но активная дискуссия организуется под сообщениями, которые, по-видимому, не модерятся, что способствует раскрепощенному общению молодежи. Так, сообщение: *Отдам айфон 5s 16 Гбайт за бесплатно. Дело в том что я купил шестой айфоне этот мне без надобности. И я решил отдать его тому, кто в комментариях напишет причину почему он вам нужнее, чем остальным и что вы готовы за него сделать, кто больше заинтересует, напишу в лс. Поехали*, размещенное 07.06.2016, прокомментировано за один вечер 35 раз. Участники группы не ограничивают себя в использовании языковых средств (жаргона, просторечных выражений, ругательств). Приведем несколько комментариев:

Лолита Герасимчук: «Зажрался».

Юлианна Хлибийчук: «ага, типа девушки прям все бросились предлагать кто на что гаразд, а он потом скрины сделает какие они продажные и смешно будет ппц».

Алена Ильницкая: «Ребенка замочат, айфон продадут».

Олег Вовк: «Ладно, давайте серьезно. Рома, мне очень нужен твой айфон, чтобы продать его и пойти побухать, а еще табак для кальяна купить. Пожалуйста, дай мне свой айфон».

Мери Оганесян: «“Бесплатный сыр бывает только в мышеловке”»)).

Контекст приведенных к сообщению комментариев и само сообщение обнаруживают определенные ценностные ориентиры студентов: финансовая независимость и обеспеченность как ценность, развлечения как образ жизни. Однако было размещено немало комментариев, обнаруживающих благородные стремления:

Зейнеб Агабекова: «Подарю сестре на день рождения».

Эльмаз Фарикова: «Маме подари своей».

Илона Миллер: «Ребенку с детского дома отдай)Сделай приятность»).

Последнюю идею в комментариях развивали многие участники группы.

Итак, проведенный по разным параметрам анализ общения участников открытых групп социальной сети «ВКонтакте», посвященных университетской среде, позволяет сделать определенные выводы.

Размещение информации в открытых группах ресурса организовано неодинаково: информация может размещаться или администрацией группы, которую представляет, как правило, аппарат административного корпуса и профессорско-преподавательский состав вуза; или любым участником группы. Комментирование в обоих случаях происходит свободно. В большинстве групп имеется раздел «Обсуждения», дающий возможность участникам группы и заинтересованным лицам высказать свое мнение, задать вопрос, вступить в дискуссию, но в некоторых группах, посвященных университетской среде, этот раздел закрыт.

Как правило, определяется четыре целевые установки создателей различных групп, связанных с университетской средой: 1) продвижение образовательных услуг вуза и привлечение абитуриентов; 2) информирование студентов и сотрудников вуза о текущих мероприятиях; 3) информирование о предстоящих событиях в вузе и отчеты о прошедших мероприятиях; 4) организация площадки для взаимодействия руководства и профессорско-преподавательского состава вуза со студентами, абитуриентами и

другими заинтересованными лицами. При этом одна конкретная группа может быть создана для реализации различных целей. Целевые установки определяют тематику контента.

Организация пространства для общения в группах социальной сети «ВКонтакте», посвященных университетской среде, побуждает студенческую молодежь к социальной активности разного рода – от выражения собственной позиции до принятия конкретных решений, совершения поступков.

Можно сделать вывод о том, что при общении на свободной интернет-площадке студенческая молодежь преимущественно грамотно, без нарушения языковых норм выражает собственное мнение по проблемному вопросу, в отношении конкретного информационного повода. Очевидно, определенное влияние оказывает осознание участниками групп того, что сообщения могут быть прочитаны не только другими студентами, но и сотрудниками вуза. В некоторых группах общение осуществляется с нарушением языковых норм, используется бранная лексика и оскорбления, ставятся под сомнение общечеловеческие ценности.

Проведенный анализ контента сообщений в группах и комментариев к ним показал, что в целом у студенческой молодежи высокие ценностные ориентиры. Это в первую очередь стремление учиться и получать знания, желание стать дипломированным специалистом и сформировать базу для дальнейшей самореализации. В общении студенты проявляют и такие человеческие качества, как сострадание и милосердие, доброта. Однако нужно признать, что студенты преимущественно потребляют информацию, принимают ее к сведению, не выражая своей позиции.

Привлечение внимания студентов к участию в группах, посвященных университетской среде, за счет интересного для данной аудитории контента, предоставления площадки для дискуссии (с заранее оговоренными правилами ее ведения) может способствовать росту социальной активности молодежи, формированию у нее гражданской позиции, культурных и нравственных ценностей.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке гранта Президента РФ для молодых российских ученых – докторов наук (проект МД-3375.2015.6 «Влияние материалов конвергентных масс-медиа на формирование культурных ценностей и поведенческих приоритетов современных студентов»).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гуськова, С. В. Влияние конвергентных средств массовой информации на молодежную аудиторию / С. В. Гуськова // Вестник Тамбовского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2013. – № 9 (125). – С. 249–254.
2. Гуськова, С. В. Основы теории коммуникации / С. В. Гуськова. – Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2011. – 77 с.
3. Кастельс, М. Будущее журналистики: сетевая журналистика / М. Кастельс, М. Паркс, Б. ван дер Хаак // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. – С. 268–297.
4. Паранько, С. Инструментарий и навыки журналиста / С. Паранько // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. – С. 6–30.
5. Щекотуров, А. В. Гендерные самопрезентации подростков на страницах социальной сети «ВКонтакте» / А. В. Щекотуров // Мониторинг об-

щественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2012. – № 4 (110). – С. 80–88.

REFERENCES

1. Guskova S.V. Vliyanie konvergentnykh sredstv massovoy informatsii na molodezhnyuyu auditoriyu [Influence of Converged Media on the Youth Audience]. *Vestnik Tambovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 2013, no. 9 (125), pp. 249-254.
2. Guskova S.V. *Osnovy teorii kommunikatsii* [Basics of Communication Theory]. Tambov, Izdatelskiy dom TGU im. G.R. Derzhavina, 2011. 77 p.
3. Kastels M. Budushchee zhurnalistiki: setevaya zhurnalistika [The Future of Journalism Network Journalism]. Balmaevoy S., Lukinoy M., eds. *Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012-2016* [As New Media Have Changed Journalism. 2012-2016]. Ekaterinburg, Gumanitarnyy universitet, 2016, pp. 268-297.
4. Paranko S. Instrumentariy i navyki zhurnalista [Instrumentation and Skills of the Journalist]. *Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012-2016* [As New Media Have Changed Journalism. 2012-2016]. Ekaterinburg, Gumanitarnyy universitet, 2016, pp. 6-30.
5. Shchekoturov A.V. Gendernye samoprezentatsii podrostkov na stranitsakh sotsialnoy seti «VKontakte» [Gender Self-Representations of Teenagers on the Pages of VKontakte Social Network]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsialnye peremeny*, 2012, no. 4 (110), pp. 80-88.

FEATURES OF COMMUNICATION IN THE OPEN GROUPS OF THE VKONTAKTE SOCIAL NETWORK AS A REFLECTION OF VALUE ORIENTATIONS OF YOUNG AUDIENCE

Svetlana Vladimirovna Guskova

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Department of Russian Philology and Journalism,
Tambov State University named after G.R. Derzhavin
guskova_s_v@mail.ru
Internatsionalnaya St., 33, 392000 Tambov, Russian Federation

Vera Nikolaevna Levina

Doctor of Philological Sciences, Associate Professor,
Department of Russian Philology and Journalism,
Tambov State University named after G.R. Derzhavin
levina_vn@mail.ru
Internatsionalnaya St., 33, 392000 Tambov, Russian Federation

Abstract. The article presents peculiar features of communication process that has been initiated by students in the *Vkontakte* social network and is devoted to discussions on university life. The focus groups for analysis came from major universities of various federal districts of the Russian Federation, the big number of participants in the groups ensures objective results of the research.

The linguistic studies of group interactions were made with the support of social indexes of participants, in particular, short memos about each group that were composed by university administration; consideration to the content wall of the group and participation in making commentaries on the information presented; activity of the group members in the content filling and reacting to opinions; the topics raised by group members for discussion, language means that mark the content peculiarities. With the choice of the focus groups and language production analysis the author presented generally shared and variable features in communicating on academic life at various universities. The unity is viewed in the goals that urged group making, topics of the content, in the speech models used to deliver messages and commentaries, variability is seen in the activity level of participation in discussions and opinion exchanges.

It is stated that open group communication oriented to university life reflects the following values and stand points of the students: their urge to study and be educated, the wish to become a certified specialist, desire to build the basement for further self-development; it was also noticed that the students consume information, take it into account, but don't express their points of view.

Key words: social network, linear communication, non-linear communication, communicant, student, value orientations, writing style, controversy.