

*На правах рукописи*

**Бобрышова Александра Сергеевна**

**КОНТЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» В ПЕРИОДЫ  
ОБЩЕСТВЕННО ЗНАЧИМЫХ СОБЫТИЙ**

10.01.10 – Журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва – 2018

Работа выполнена на кафедре массовых коммуникаций филологического факультета Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов»

**Научный руководитель:**

доктор филологических наук, профессор **Барабаш Виктор Владимирович**, *заведующий кафедрой массовых коммуникаций Российского университета дружбы народов*

**Официальные оппоненты:**

доктор филологических наук (10.01.10), профессор **Тулупов Владимир Васильевич**, *заведующий кафедрой рекламы и дизайна, декан факультета журналистики ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»*

кандидат филологических наук (10.01.10) **Струкова Елена Вячеславовна**, *менеджер факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»*

**Ведущая организация:** Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет»

Защита состоится 29 июня 2018 г. в 11.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.203.23 при Российском университете дружбы народов по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.10/2, аудитория 730.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном центре (Научной библиотеке) Российского университета дружбы народов по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6.

Объявление о защите и автореферат размещены на сайтах: <http://vak.ed.gov.ru> и <http://dissovet.rudn.ru/>.

Автореферат разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета Д 212.203.23  
кандидат филологических наук, доцент

А.Е. Базанова

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность исследования.** «Эпоха осетевления» (Н. Больц), характеризующаяся постоянно возрастающей численностью аудитории в социальных сетях, актуализирует обращение к теме данного диссертационного исследования. Ученые обращают внимание на то, что, «вытесненная из СМИ как субъект журналистики, аудитория переместилась в данном качестве в новую информационную среду – Интернет и к настоящему времени заняла весьма серьезную позицию в блогосфере и социальных сетях» (Грабельников А.А., 2011). Признано, что «жители Рунета не только комментируют новости, но и создают их, причем количество этих новостей на порядок выше, чем у традиционных источников информации» (<http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-segodnya-cifr/>). В этой ситуации аналитики видят неизбежной окончательную смену «парадигмы СМИ «я – главный» (люди сами придут на сайт за контентом) на «я – последователь» (размещение контента в каналах, используемых пользователями: соцсети, мессенджеры, подписки)» (<http://blog.br-analytics.ru/rejting-tsitiruemosti-mediaresursov-2017/>). Компания Brand Analytics совместно с прогностическим Телеграм-каналом soMedia среди трендов медиаиндустрии 2017 г. назвала «смещение точек сборки аудитории в социальные сети и мессенджеры», что «требует от медиа идти за людьми».

Актуализирует обращение к исследованию контента социальных сетей и наблюдение за мировым опытом его потребления. Так, «в США по данным американской независимой исследовательской организации Pew Research Centre отмечается нарастающий тренд использования Twitter и Facebook как основного источника новостей во всех возрастных сегментах. При этом в периоды breaking news число обращений в социальные сети за новостями удваивается. <...> несмотря на то, что доля американцев, использующих социальные сети, остается стабильной, доля пользователей, использующих соцсети для получения новостей, растет» (Лосева Н.Г., 2016). Об этом же свидетельствует опыт отечественной сети «ВКонтакте», запускающей специальные новостные ленты к знаковым событиям. Подобную ленту в период чемпионата мира по хоккею в 2016 г. в среднем в день читали около двух миллионов пользователей.

В этих условиях становится закономерным повышение внимания ученых к трансформациям в медиaprостранстве и медиапотреблении. Научная электронная библиотека e-library на поисковый запрос «социальные сети» в январе 2018 г. выдавала ссылки на 16000 работ, т.е., по нашим наблюдениям, их количество увеличилось в этой базе данных за три года более чем в три раза, что служит свидетельством все возрастающего интереса современных исследователей к этой коммуникативной площадке.

Ученые сигнализируют, что наш соотечественник все больше информации черпает из социальных сетей. Появилось понятие «народная журналистика» (Алексеева А.О., Грабельников А.А., Мансурова В.Д. и др.), которая, как утверждают эксперты, «сильно раздражает профессионалов, но берет числом» (Акопов А.И., 2012), а с другой стороны, «рассматривается как ценный источник информации там, где самим журналистам по каким-то причинам сложно освещать

события, или если существуют опасения по поводу надежности информации от официальных источников» (<http://www.aka-media.ru/inside/698/>).

Рассматривая новые медиа как фактор модернизации СМИ, Е.Л. Вартанова развивает идею, что «Интернет как коммуникационная площадка и как пространство, где существуют медиапродукты, вполне успешно является заменителем традиционных СМИ. Он осуществляет информационную, мобилизационную, партисипационную, интеграционную и даже рекреационную функцию. Вся теория журналистики и массовых коммуникаций или средств массовой информации говорит о том, что эти функции – важнейшие. Новое же, реально инновационное, что приносит Интернет, – это усиленная коммуникационная функция – то, что отсутствовало в старых медиа. Поэтому можно сказать, что Интернет сегодня выполняет все функции, которые выполняли старые СМИ, успешней, чем они» (Вартанова Е.Л., 2008).

В целом в мире в сутки традиционные СМИ размещают в сети миллион документов, а пользователи – 4 миллиарда (на июнь 2014 г.), из них на долю России приходится 32 миллиона. Российская компания «Brand Analytics», занимающаяся мониторингом и анализом социальных медиа и СМИ, показала, что в России в мае 2017 г. количество «говорящих» авторов составило 38 млн, ими было сгенерировано 670 млн сообщений. Преобладающая доля контента (470,7 млн публикаций) пришлась на социальные сети – 70,2%, при этом в изучаемой нами социальной сети «ВКонтакте» было зафиксировано наибольшее количество авторов (25,7 млн) и сообщений (около 310,8 млн). По версии аналитического сервиса SimilarWeb, Vk.com 1 августа 2017 г. находился на первом месте по популярности в России, на шестом месте среди самых посещаемых сайтов в мире, на втором месте среди социальных сетей мира. Исследовательская компания «Mediascore» отметила, что российская аудитория «ВКонтакте» в январе 2018 г. составляла 41,9 млн человек, т.е. 72,6 % от всех интернет-пользователей страны, сети «Одноклассники» – 27 млн (46,7%).

Названные тенденции делают актуальным обращение к социальным сетям как источнику информации об общественно-политической жизни в стране и мире.

**Степень научной разработанности темы.** Изучение социальных сетей неразрывно связано с научной рецепцией информационного общества и его феноменов в трудах М. Кастельса, М. Маклюэна, Э. Тоффлера и др.

В российской науке вопрос о социальных сетях как новом коммуникативном пространстве начал разрабатывать А.И. Акопов. Важную роль в научном осмыслении социальных сетей в данном диссертационном исследовании сыграли работы теоретиков и практиков конвергентной журналистики и интернет-журналистики – Е.Г. Алексеевой, Л.А. Браславец, А.А. Калмыкова, А.Г. Качкаевой, Н.Г. Лосевой, М.М. Лукиной, М. Павликовой, Н. Подпориной, Н.В. Хлебниковой и других. Интенсивно разрабатывается учеными (А.Н. Балашов, В.В. Барабаш, К.А. Брянов, И.А. Быков, Л.Х. Ибрагимов, П.Н. Карпов, П.А. Меркулов, И.В. Мирошниченко, М.А. Чекунова, А.С. Шерстобитов и др.) тема интернета и социальных сетей как средства политической коммуникации. Этому аспекту был посвящен, в частности, круглый стол «Новые медиа в современной политике» (М., РУДН, 2014).

Значительную ценность в изучении контента «ВКонтакте» представлял корпус исследований, посвященных языковой специфике интернет-коммуникации (Ю.А. Антоновой, О.А. Быковой, О.С. Иссерс, Н.Г. Марченко, А.А. Матусевич, Г.Н. Трофимовой и др.), а также блок разработок в области изучения жанровой специфики интернет-коммуникации (Т.В. Алтухова, И.В. Бугаева, Е.И. Горошко, Е.А. Землякова, И.Г. Сидорова, О.Ю. Усачева, Ю.В. Щурина и др.). Представляет интерес исследование контента социальных сетей в аспекте информационной безопасности (В.В. Антропова, А.А. Бочавер, С.Ю. Жданова, С.Л. Мишланова, А.А. Морозова, В.Б. Поляков, Е.А. Рабчевский, К.Д. Хломов и др.).

Однако при всех достоинствах этих работ в них не рассмотрена информационная активность пользователей социальных сетей в связи с важными для страны и общества событиями, не исследованы формы этой активности.

**Объектом исследования** является российская социальная сеть «ВКонтакте».

**Предмет исследования** – специфика контента сообществ социальной сети «ВКонтакте», формируемого в связи с общественно значимыми событиями.

**Цель исследования** – выявить специфику информационного сопровождения общественно значимых событий в социальной сети «ВКонтакте» на примере разных по направленности и территориальной локализации сообществ.

**Задачи исследования:**

1. Выявить и охарактеризовать теоретико-методологические подходы к исследованию социальной сети «ВКонтакте».

2. Проследить модификацию технологических возможностей в «ВКонтакте» с 2006 г. по 2017 г., усиливающих медийный потенциал сети.

3. Произвести реконструкцию развития «ВКонтакте» как востребованного пользователями медийного ресурса на основании статистических данных в открытых источниках.

4. Определить специфику информационного сопровождения выборов депутатов в Государственную Думу РФ (2011 г.) и выборов Президента РФ (2012 г.) (на примере развлекательной группы «We love Russia»).

5. Рассмотреть контент группы «Крым» в период подготовки и проведения референдума о статусе Крыма (2014 г.).

6. Выявить специфику обсуждения терактов А. Брейвика (2011 г.) в социальной сети «ВКонтакте».

7. Определить специфику отражения терактов в Волгограде (2013 г.) в локальной группе «Типичный Волгоград».

8. Охарактеризовать информационную активность пользователей «ВКонтакте» в связи с трагедией над Синаем (2015 г.).

**Эмпирическую базу** исследования составили материалы сообществ социальной сети «ВКонтакте», связанные с такими общественно значимыми для российского социума событиями, как выборы в Государственную Думу Российской Федерации (декабрь 2011 г.) и президента России (март 2012 г.), референдум о статусе Крыма (март 2014 г.), террористические акты в Волгограде (октябрь, декабрь 2013 г.), А. Брейвика в Норвегии (июль 2011 г.), авиакатастрофа российского пассажирского лайнера над Синайским полуостровом (октябрь 2015 г.), впоследствии признанная террористическим актом. Общий массив выявленных

и проанализированных текстов составил свыше 1700 постов администраций рассматриваемых групп и больше 132 тыс. комментариев подписчиков.

**Хронологические рамки исследования:** 2006-2017 гг.

**Гипотеза исследования** состоит в том, что сообщества социальной сети «ВКонтакте», независимо от своей направленности, в период общественно значимых для российского социума событий (выборы, референдум, террористические акты) включаются в их информационное сопровождение, актуализируя социально востребованные функции, и демонстрируют повышение информационной активности и на уровне администрации группы, и на уровне подписчиков.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. При изучении социальных сетей на современном этапе используются в качестве ведущих технологический, контентологический и антропоцентрический подходы в зависимости от ракурса исследования – технологических возможностей создания, распространения и хранения информации, либо содержательных, функциональных, формальных и т.д. характеристик контента, либо специфики портрета пользователей.

2. Модификация технологических возможностей «ВКонтакте» с 2006 г. по 2017 г. расширила целевое назначение сети, и на данный момент она не только способствует установлению коммуникации между пользователями, но и стала медийным пространством, сконцентрированным на оперативной доставке качественного контента его потребителям и помощи его создателям и таким базовым площадкам, как сообщества.

3. В период общественно значимых для российского социума событий, связанных с народным волеизъявлением (выборы, референдум), далекие от обсуждения общественно-политической тематики сообщества «ВКонтакте» «We love Russia» и «Крым» активно включились в их информационное сопровождение и стали медиаплощадкой для социально-политических дискуссий, выполняя функции отражения и формирования общественного мнения, информационную и мобилизационную. Администрации групп играли роль лидеров мнения, формируя информационную повестку дня таким образом, чтобы в поле внимания пользователей попадали отдельные аспекты общественно-политических событий, и транслируя определенный взгляд на акторов политических действий.

4. Контент персонифицированной группы «Андерс Беринг Брейвик», основанной после терактов в Норвегии в 2011 г. и ориентированной на обсуждение личности их идеолога и исполнителя, характеризуется преимущественным интересом к теме и идеям национализма, к рассмотрению совершенных Брейвиком терактов через призму идеологии мультикультурализма. Несмотря на доминирование положительных оценок его действий и взглядов, сообщество допускало выражение противоположных суждений и ведение дискуссий, активно реализуя идеологическую функцию.

5. Информационная активность группы «Типичный Волгоград» в период терактов в городе (2013 г.) характеризуется оперативным представлением актуальных новостей, выражением скорби, обсуждением причин и виновных трагедий, темы терроризма в аспекте межнациональных отношений. Сообщество в тот период приближалось по функциональному назначению к СМИ, выполняя

информационную функцию, функцию отражения и формирования общественного мнения, справочную функцию.

6. Пользователи «ВКонтакте», обращаясь к трагедии над Синаем (теракт 2015 г.), в рамках темы скорби выкладывали текстовый, иллюстративный, аудио- и видеоконтент меморативного характера. Как резонансное событие, трагедия послужила источником для троллинга. В отдельных сообществах авиакатастрофа стала предметом для дискуссий, направленность которых зависела от специфики паблика.

**Научная новизна** исследования заключается в том, что впервые выявлены и обоснованы теоретико-методологические подходы изучения социальных сетей, прослежены модификации технологических возможностей «ВКонтакте», собран и обобщен массив статистических данных за 11 лет развития сети как востребованного пользователями медийного ресурса. На основе комплексно-аналитического подхода охарактеризованы особенности информационного сопровождения общественно значимых для российского социума событий в период с 2011 по 2015 годы в «ВКонтакте»: определены ведущие темы, проблемы, виды и жанровые формы контента, позиция пользователей, использование троллинга, выявлены роль администрации и функциональное назначение сообществ разной направленности.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в систематизации исследовательских подходов к изучению социальных сетей, дальнейшей разработке понятия «новые медиа» применительно к социальной сети «ВКонтакте», в отработанной методике анализа контента и расширении представлений о функциях сообществ «ВКонтакте» в период общественно значимых событий (выборов, референдума, террористических акций).

**Теоретико-методологическую базу** работы составили труды таких теоретиков журналистики, как А.И. Акопов, Г.П. Бакулев, В.В. Барабаш, Е.Л. Вартанова, А.А. Грабельников, Я.Н. Засурский, А.Г. Качкаева, С.Г. Корконосенко, М.М. Лукина, Б.Я. Мисонжников, Е.П. Прохоров, Г.Н. Трофимова, В.В. Тулупов, И.Д. Фомичева, Л.П. Шестеркина, М.В. Шкондин и др.

Методология и методы настоящего диссертационного исследования связаны с междисциплинарным подходом при доминировании филологической основы. Для достижения цели и решения задач, поставленных в диссертации, автором использовались общенаучные методы (анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнительный метод) и специальные (структурно-функциональный, статистический, диахронический). Кроме того, при изучении эмпирического материала были использованы приемы частотного анализа и филологического анализа текста. С помощью метода исторической реконструкции определена последовательность развития «ВКонтакте» как нового медиа.

**Практическая значимость исследования** определяется наличием в работе подробного анализа разных видов контента социальной сети «ВКонтакте». Результаты исследования могут быть использованы при подготовке студентов-журналистов в рамках учебных курсов по интернет-журналистике и новым медиа. Материалы исследования могут быть востребованы при разработке современных медиа-коммуникаций и государственной информационной политики в области

социальных сетей. Результаты и методика исследования могут стать основой для дальнейшей разработки темы.

**Апробация результатов исследования** осуществлялась на 18 научных конференциях международного и общероссийского уровня в Москве, Санкт-Петербурге, Воронеже, Ростове-на-Дону, Ставрополе, Томске в 2010 – 2016 гг. Автор является дипломантом Всероссийского конкурса на лучший журналистский материал «Журналисты России против террора» (2011 г.), XII Всероссийского конкурса публицистических работ молодых журналистов, пишущих на социально значимые темы, «Вызов – XXI век» (2016 г.), победителем (1 место) Всероссийского конкурса научных работ молодых исследователей «Медиагентства СКФУ» (2016 г.) в номинации «Интернет-журналистика и новые медиа», победителем (1 место) Открытого конкурса студентов, курсантов, аспирантов, адъюнктов высших учебных заведений и молодых ученых по тематике «Молодежь против терроризма, экстремизма и ксенофобии» (2016 г.). Основные положения работы нашли отражение в 27 научных публикациях, в том числе в 4 статьях, опубликованных в изданиях из списка ВАК РФ, и в 1 статье – в издании из базы Scopus.

Структура работы была определена в соответствии с ее целью и задачами. Диссертация (общий объем – 214 стр.) состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы (195 наименований) и источников (16).

## **II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**Во Введении** охарактеризованы актуальность исследуемой темы и степень ее научной разработанности, определены цель, объект, предмет и задачи исследования, приведены научная гипотеза и положения, выносимые на защиту, представлена теоретическая и методологическая основы диссертации, сформулированы ее научная новизна и практическая значимость, приведена апробация результатов работы и описана ее структура.

Глава 1 «**Социальная сеть «ВКонтакте» как новое медиа**» представляет теоретико-методологические подходы к ее исследованию, модификацию технологических возможностей в «ВКонтакте» с 2006 г. по 2017 г., усиливающих медийный потенциал сети, реконструкцию ее развития как востребованного пользователями медийного ресурса на основании данных в открытых источниках.

Параграф 1.1 «**Теоретико-методологические подходы исследования социальной сети «ВКонтакте»**» строится на том, что в развитии научной мысли о социальных сетях на современном этапе, на наш взгляд, сложились три основных подхода – технологоцентрический, контентологический и антропоцентрический. Соответственно, сохраняя общий интерес к социальным сетям как объекту исследования, ученые, в зависимости от избранного подхода, в качестве ведущего целеполагания определяют либо исследование технологических возможностей нового канала создания, распространения и хранения информации, либо изучение содержательных, функциональных, формальных и т.д. характеристик контента, либо определение специфики портрета пользователей в виртуальном пространстве.

Интерес к технологической составляющей социальных сетей в современной науке достаточно велик. Ученые обращаются к анализу данного аспекта их

функционирования при изучении разных проблем: при реконструкции их истории (Стинс О., Ван Фухт Д., 2008), при исследовании интернет-сервисов социальных сетей с точки зрения их принадлежности к системе СМИ (Браславец Л.А., 2010), при рассмотрении особенностей развития социальных сетей в России и США (Дудина Н.В., Ефимов Е.Г., 2015), при характеристике форм взаимодействия традиционных СМИ с социальными сетями (Немчинова Е.Ю., 2016), при выявлении их возможностей для развития образовательных учреждений (Медведев А.Н., Тарасова Д.А., 2014) и т.д.

Именно технологические изменения в сети признаются всеми, начиная с Тима О'Рейли, как фактор перехода к эпохе Web 2.0 – времени господства пользовательского контента. Неудивительно, что контентологический подход к изучению социальных сетей получил воплощение в многочисленных и разноплановых работах. В помощь маркетологам создан ряд сервисов, позволяющих отследить востребованность того или иного контента (Базенков Н.И., Губанов Д.А., 2013). Интересен опыт использования специализированных веб-краулеров для поиска фактов этнической агрессии на интернет-ресурсах (Жданова С.Ю., Мишланова С.Л., Поляков В.Б., Рабчевский Е.А., 2012).

Контент социальных сетей является востребованным объектом исследования для политологов, определяющих политические пристрастия аудитории и возможности влияния на нее (Карпов П.Н., 2013, Меркулов П.А., Балашов А.Н., 2015, Ибрагимов Л.Х., 2015, и др.), для социологов, изучающих социальное самочувствие населения и перечень злободневных вопросов (Lupton D., 2012, Краснопёров А.Ю., 2016, Ключко Е.И., 2016, Писаревский В.Г., 2016, и др.), для лингвистов (Алексеева А.А., 2014, Антропова В.В., Морозова А.А., 2015, Марченко Н.Г., 2013, и др.), поскольку, как справедливо отмечает Г.Н. Трофимова, «языковой вкус эпохи в России последнего пятнадцатилетия имеет отчетливый интернет-привкус» (Трофимова Г.Н., 2011). Активно исследуется так называемая «гражданская журналистика» в сетях (Браславец Л.А., 2010, Гасанов Н.А., 2017, Жижко И.В., 2013, Славин Б.Б., 2011, и др.).

Третий подход к изучению социальных сетей, названный нами антропологическим, реализуется в работах по изучению социально-психологических особенностей формирования виртуальных сообществ (Чураева Н.С., 2009), специфики аудитории разных сегментов социальных сетей (Писаревский В.Г., 2013, 2016, Ушкин С.Г., 2014, Обжорин А.М., 2016, Скуратов А.Б., 2017), характеристик активных пользователей сети (Черемисова И.В., 2016, Шугайло И.В., 2012, Щebetенко С.А., 2016, и др.). Представляет интерес изучение типов пользователей в социальных сетях (Гнедаш А.А., Рябченко Н.А., 2014, Браславец Л.А., 2010, Антонова Ю.А., 2012).

В рамках данного диссертационного исследования объединены два из выявленных подходов – технологический и контентологический, с уклоном во второй, что позволило, на наш взгляд, решить поставленные задачи. Изучение медийного потенциала «ВКонтакте» показывает заложенные в ней технологические возможности реализации основных задач и функций, свойственных журналистике. Говоря о сети «ВКонтакте» как о новом медиа, считаем необходимым, в первую очередь, вычленив такие существенные ее характеристики, как создание коммуникативного пространства в интернет-среде,

предоставление пользователям широких возможностей по созданию, обработке, аккумулярованию, потреблению и распространению контента в разных форматах, в том числе мультимедийных. На наш взгляд, форма сети, ее технологические возможности и специфика размещения информации позволяют говорить о «ВКонтакте» и как о разноплановом медийном пространстве, и в терминах «я-медиа» и «мы-медиа», где «я-медиа» будет восприниматься как ведение отдельной страницы в социальной сети, а «мы-медиа» (термин, введенный Д. Гиллмором) будет уместно использовать при рассмотрении сообществ / групп.

Параграф **1.2 «Модификация технологических возможностей «ВКонтакте» (2006-2017 гг.)»** отражает результаты исследования вводимых в сети новшеств и их осмысления в блогах П. Дурова и команды разработчиков, в публикациях журналистов и исследователей, в группах, освещавших нововведения и новости «ВКонтакте» («LIVE», «LIVE Express», «VK Tech», «Администрирование сообществ ВКонтакте», «ВКонтакте с авторами», «Команда ВКонтакте»), в обзорах интернет-ресурсов, подготовленных зарубежными и отечественными исследовательскими компаниями.

Задуманная как коммуникативная площадка, социальная сеть «ВКонтакте» благодаря усилиям ее разработчиков на протяжении всего времени совершенствовалась и сегодня является медийным пространством, сконцентрированным на оперативной доставке качественного контента его потребителям и помощи его создателям и таким базовым площадкам, как сообщества.

Уже в 2007 г. приумножению ее медийного потенциала способствовал, на наш взгляд, ряд технологических новшеств. Так, были добавлены бан-листы, что расширило управленческие возможности администраторов групп. Появилась возможность создавать несколько альбомов и проводить опросы в группах, что сыграло свою роль в выполнении ими функции формирования и отражения общественного мнения по актуальным вопросам. Мультимедиазации сети способствовало введение раздела «Мои Видеозаписи» и не имевшего на тот момент аналогов в Рунете раздела «Аудиозаписи», предоставление возможности пользователям размещать фотографии и видео в заметках, что было востребовано в том числе и при обсуждении общественно значимых событий.

Реперными точками развития «ВКонтакте» как нового медиа, на наш взгляд, стали: появление кнопок «Мне нравится» (со счетчиком и с кнопкой «Рассказать друзьям»), «Опубликовать ВКонтакте», «Поделиться» (с отображением количества репостов); предоставление возможности создавать папки в разделе аудиозаписей и альбомы из видеоматериалов, проводить опросы на личных страницах, добавлять видеоролики со сторонних сайтов в раздел «Мои Видеозаписи» и комментировать их; введение функции «Прикрепить» для добавления фотографий, аудио- и видеоматериалов к личным сообщениям и к записям; внедрение смайлов, стикеров, gif-файлов; появление «умной новостной ленты» (с кнопкой «Показать наиболее интересные»); добавление режима микроблога для групп, позволявшего доносить актуальную информацию участникам. Отметим также как существенно продвинувшую медийную направленность «ВКонтакте» разработку виджетов для владельцев сторонних сайтов, в том числе виджета пожертвований, что можно рассматривать как пример

реализации сетью непосредственно-организаторской функции. Одно нововведение (включение режима микроблога) вызвало масштабные протесты, однако позволило значительно увеличить активность общения с помощью стен и статусов.

Важными новшествами последних лет стали: введение раздела «Истории»; внедрение «Прометей» – искусственного интеллекта для поиска и продвижения в «ВКонтакте» новых авторов (пользователей и сообществ) с уникальным и интересным контентом; появление редактора статей – нового инструмента работы с контентом для создания пользователями «больших красивых статей с качественной версткой и мультимедийными файлами».

В целом, усилия команды «ВКонтакте» на протяжении всего времени ее существования были направлены на улучшение коммуникации между пользователями, на модернизацию их работы с контентом по таким основным направлениям, как его создание, распространение и потребление, на продвижение сообществ.

**Параграф 1.3 «Развитие «ВКонтакте» как востребованного пользователями медийного ресурса»** представляет результаты реконструкции становления сети с 2006 г. по 2017 г. на основании данных в открытых источниках (в том числе в обзорах и рейтингах интернет-ресурсов, подготовленных зарубежными и отечественными исследовательскими компаниями).

Сайт «ВКонтакте» (доменное имя vkontakte.ru), созданный братьями Николаем и Павлом Дуровыми 10 октября 2006 г., активно развивался и уже в 2007 г. был признан «самым быстрорастущим интернет-проектом среди всех российских сайтов». Это проявлялось, в первую очередь, в неуклонном росте количества зарегистрированных пользователей (стократное увеличение за год), в увеличении числа уникальных посетителей в день (по нашим подсчетам, примерно в 40 раз за год), количества страниц, просматриваемых на сайте в среднем в день (в 330 000 раз), загружаемого контента и количества сообщений.

Весь период существования «ВКонтакте» шло такое же глобальное и неизменное увеличение интереса к ресурсу. Так, подводя итоги 2008 г., П. Дуров информировал: «За год сайт увеличился в 4 раза и сейчас занимает первое место среди ресурсов СНГ практически по всем параметрам». На тот момент в «ВКонтакте» ежедневно отправлялось больше 40 млн личных сообщений, а всего их было отправлено более 5 млрд. В 2009 г. международная исследовательская компания «TNS» зафиксировала 82 328 043 посетителя за декабрь, т.е. прирост аудитории по данному показателю за год составил 44 469 770 чел. и продемонстрировал увеличение в 2,2 раза. Американская компания ComScore установила, что в 2010 г. «ВКонтакте» лидировала среди социальных сетей России с 27,8 млн посетителей за месяц, охватив 63,6% интернет-пользователей в стране. В 2011 г. «ВКонтакте» в мировом рейтинге «Сети с наибольшим числом зарегистрированных пользователей» занимала девятое место с показателем 110+ млн человек (данные Alexa.com), в 2014 г. – восьмое с 228 млн пользователей, став единственной европейской компанией, вошедшей в ТОП-20 (данные сервиса для аналитики Adobe Social). Признание «ВКонтакте» как важного информационного ресурса подтверждается и тем, что в 2016 г. МЧС России запустило проект

уведомлений о чрезвычайных ситуациях через социальные сети в режиме реального времени на платформе «ВКонтакте» и «Одноклассников».

По версии аналитического сервиса SimilarWeb, в августе 2017 г. Vk.com занимал второе место в категории «Социальные сети» мира после Facebook.com, находился на 6 месте среди самых посещаемых сайтов в мире и был самым популярным в России. В целом, к концу 2017 г. пользователи «ВКонтакте» ежедневно отправляли 2,1 млрд сообщений в сутки, получали – 6,5 млрд (за счет копирования). На ноябрь 2017 г. в сети всего хранилось 2,3 трлн. уникальных сообщений, в совокупности личные сообщения, поисковые индексы по ним, перекрестные ссылки весили примерно 324 ТБ.

Таким образом, за 11 лет «ВКонтакте» накопила большой объем контента, созданного, распространяемого и потребляемого пользователями, получила общероссийское признание и вышла на лидирующие позиции среди других сетей в мире и в Европе.

Глава 2 **«Выборы и референдум как предмет отражения в «ВКонтакте»»** посвящена исследованию информационного сопровождения в социальной сети трех важнейших событий, связанных с волеизъявлением народа.

В параграфе 2.1 **«Информационное сопровождение выборов депутатов в Государственную Думу РФ (2011 г.) и выборов Президента РФ (2012 г.) в сети (на примере группы «We love Russia»)»** представлены результаты исследования информационной активности пользователей «ВКонтакте» в период политических событий в декабре 2011 г., связанных с выборами депутатов в Государственную Думу РФ, и в марте 2012 г., когда проходили выборы Президента России. В качестве источниковой базы была отобрана развлекательная группа «We love Russia», основанная 17 апреля 2011 г. и имевшая, несмотря на патриотическое название, критическую направленность. На момент первых выборов в сообществе состояло около 5000 участников, а в период выборов Президента РФ – свыше 12 тыс. подписчиков из разных городов.

Подробному анализу был подвергнут контент группы за 1-10 декабря 2011 г. и за 4-8 марта 2012 г., т.е. дни, непосредственно связанные с выборами и последующей реакцией населения на их итоги.

В целом, анализ контента «We love Russia» за 1-10 декабря 2011 г. выявил повышение интереса ее администрации к текущим общественно-политическим событиям, что проявилось в увеличении доли записей на эту тему в общем массиве постов в группе от 25% в первый день до 75% в последний день указанного периода. Самыми значимыми темами в анализируемый период были выборы в Государственную Думу РФ, фальсификация их результатов, грядущие выборы президента России, протестные акции. Администрация сообщества играла роль лидера мнения, формируя информационную повестку дня таким образом, чтобы в поле внимания пользователей попадали определенные аспекты общественно-политических событий, и транслируя определенный взгляд на акторов политических действий. Информационная политика администрации сводилась к критике первых лиц государства и партии «Единая Россия» и преимущественному использованию сатирического контента (текстового в виде анекдотов, сатирических высказываний, словаря, опроса, «занимательных задач», сатирической фейковой новости и т.д. и визуального в виде интернет-мемов,

демотиваторов, фотоколлажей, карикатур и проч.). Несмотря на оппозиционность администрации, группа представляла собой площадку, где шли дискуссии между сторонниками и противниками власти и появлялись критические замечания в адрес администрации, т.е. реализовывалась функция формирования и отражения общественного мнения. «We love Russia» в определенной мере выполняла также мобилизационную функцию (за счет размещения сведений о времени и месте митингов) и информационную.

Посты администрации и комментарии пользователей за 4-8 марта 2012 г. говорят о снижении интереса к политической ситуации в стране, хотя группа оставалась дискуссионной площадкой. В отличие от декабрьских обсуждений в этот период было значительное число высказываний сторонников президента. В целом, группа сохранила свое функциональное назначение, хотя перестала быть актуальной мобилизационная функция, т.к. единичные призывы к митингам не вызвали интереса у пользователей.

Таким образом, исследование информационного сопровождения в «ВКонтакте» такого важного для российского социума события, как выборы депутатов в Государственную Думу РФ (2011 г.) и выборы Президента РФ (2012 г.), на материале развлекательной группы «We love Russia», которая изначально по целевому назначению была далека от общественно-политической тематики, показало возможности использования подобного сообщества для формирования и отражения общественного мнения, реализации мобилизационной и информационной функций.

Параграф **2.2 «Референдум о статусе Крыма в поле внимания пользователей «ВКонтакте» (на примере группы «Крым»)»** посвящен исследованию информационной активности пользователей социальной сети в связи с таким общественно значимым событием, имевшим значительные последствия для России и Украины, как референдум о статусе полуострова Крым, который был организован и проведен решением Верховного Совета Автономной Республики Крым 16 марта 2014 г. на территории полуострова и города Севастополя. Этому событию в социальной сети было посвящено более 10 млн публичных записей.

Источниковой базой для исследования послужила группа «Крым», созданная в феврале 2013 г., судя по публикациям, для презентации полуострова и являвшаяся достаточно многочисленной (более 78,8 тыс. подписчиков, по данным на 27.03.2015 г.). Основными факторами отбора данного сообщества для анализа стали его географическая привязка, масштаб и провластная позиция ее администрации, в отличие от «We love Russia», где администрация была на стороне оппозиции.

Исследование контента группы в период подготовки референдума о статусе Крыма (27 февраля – 15 марта 2014 г.), в день референдума (16 марта) и после него (17 марта) выявило высокую активность администрации, которая опубликовала за это время больше 530 записей. Анализ их тематического пространства показал, что помимо темы присоединения полуострова к России и референдума по этому вопросу, активно обсуждались российско-украинские отношения, враждебно и дружественно настроенные к Крыму и России страны, фигурировали темы возвращения Крыма «домой», могущества российской армии, фейков и

информационной войны против России. Этому посвящались текстовые, видео- и фотоматериалы, интернет-мемы, демотиваторы и др. Администрация и подписчики сообщества неоднократно обращались к обсуждению президента РФ В.В. Путина, что соответствует тренду 2014 г., когда по частоте упоминаний (12,5 млн) он лидировал в социальной сети «ВКонтакте». Президента позиционировали в группе как признанного политика, «крутого парня», человека, который может противостоять «злому» Западу.

Функциональный анализ постов группы «Крым» в период подготовки и проведения референдума показал, что первоначально администрация преимущественно выполняла функцию формирования общественного мнения, активно используя демотиваторы и интернет-мемы сатирического характера, однако постепенно на первое место вышла информационная функция: в записях стали занимать значительное место новостные материалы (тексты, видео и репортажные фотографии).

Занимая пророссийскую позицию, администрация сообщества тем не менее предоставляла возможность его участникам свободно вести дискуссию, при условии соблюдения правил общения. В результате, с одной стороны, в группе шла постоянная полемика между сторонниками и противниками присоединения полуострова к России, а с другой – несмотря на эмоциональность и агрессивность ряда высказываний, благодаря жесткой модерации споры в основном оставались в пределах установленных норм.

Глава 3 «Теракты как объект информационного внимания в «ВКонтакте»» содержит результаты исследования информационной активности пользователей в периоды террористических актов на примере разноплановых групп.

В параграфе 3.1 «Обсуждение терактов А. Брейвика (2011 г.) в социальной сети «ВКонтакте»» отражены результаты изучения реакции пользователей на двойной теракт в Норвегии 22 июля 2011 г.: взрыв в правительственном квартале норвежской столицы Осло и стрельбу в молодежном летнем лагере на острове Утойя. Наш исследовательский интерес к отражению данных событий обусловлен его высоким резонансом в мире. После норвежского теракта заговорили о «феномене Брейвика» – террориста-одиночки, уроженца тихой и благополучной европейской страны. Его имя ученые называют одним из известнейших прецедентных антропонимов современности. Сохраняющийся интерес и неоднозначное отношение к личности преступника характерны для разных европейских стран.

В результате исследования удалось установить, что в социальной сети «ВКонтакте» функционирует 12 сообществ, в названии которых упоминается Брейвик. Для подробного анализа была выбрана самая многочисленная открытая персонифицированная группа с названием «Андерс Беринг Брейвик», основанная на следующий день после терактов для обсуждения личности их идеолога и исполнителя. По данным администрации сообщества, уже через три дня его численность составляла около тысячи человек. Установлено, что пользовательский состав группы представлен людьми, придерживающимися определенных, чаще всего правых, идеологических взглядов.

Хронологические рамки исследования ограничены временем наиболее активного обсуждения терактов в группе – с 23 по 31 июля 2011 г. По нашим наблюдениям, администрация и пользователи выкладывали тексты, фотографии, демотиваторы, видео- и аудиозаписи, стихотворения, ссылки на манифест террориста и на публикации российских и зарубежных СМИ. В группе были созданы опросы: «За или против Брейвика», «Твой любимый герой» (с одним из вариантов «Андерс мать его брейвик») и др.

Результаты анализа контента группы приводят к выводу, что пользователи давали полярные оценки личности террориста. Отрицательные характеристики сводились к трем позициям: террорист / убийца, человек с психическим заболеванием и жертва европейской политики. Среди положительных оценок чаще всего фигурировали: герой, воин, борец, викинг, посланник бога и т.д. Встречались поименования Брейвика крестоносцем, рыцарем, масоном, что характеризовало его как исключительного, выдающегося человека.

Восприятие Брейвика (позитивное или негативное) детерминировало столь же контрастные характеристики его действий: одни пользователи называли их «славным деянием», «героическим поступком», «миссией», «крестовым походом», «самообороной», другие – «терроризмом», «чудовищным поступком», «логикой идиота», «апогеем идиотизма» и т.д.

Выявление ведущих тематических линий в сообщениях группы показало, что они были связаны с выражением мнений, а) поддерживающих Брейвика и осуждающих политику иммиграции (наиболее многочисленный блок), б) осуждающих террориста / его методы. С последней из названных были тесно связаны высказывания «против тех, кто поддерживает Брейвика».

Выявленные подходы коррелируют с позициями пользователей при обсуждении вопроса о гибели людей во время терактов. Сторонники Брейвика а) сводили все к шуткам и несерьезным комментариям; б) утверждали, что это были «необходимые жертвы»; в) развивали тезис «погибли будущие политики». Для первой позиции было характерно также использование игрового сленга компьютерных игр – слов «фраги» (очки, начисляемые игроку за убийство противника) и «лут» («добыча») по отношению к погибшим от рук террориста. Противники Брейвика часто приводили аргумент «погибли дети, невинные».

Выявление роли и места других медиаперсон в контенте сообщества показало, что пользователи в связи с норвежскими терактами упоминали российских и зарубежных политиков, националистов и известных убийц, сравнивая или противопоставляя их и террориста. Среди политических деятелей чаще всего называли президента России В.В. Путина. Повышенный интерес к его личности был во многом детерминирован пересказом манифеста Брейвика, в котором он характеризовал российского президента. Группу упоминаемых националистов возглавил норвежец В. Вikerнес – один из тех, кому Брейвик незадолго до совершенных им терактов послал свой манифест. Пользователи, негативно характеризовавшие террориста, проводили параллель между ним и серийным убийцей А. Чикатило. Перечень упоминаемых личностей приводит к выводу о рассмотрении группой терактов через призму идеологии мультикультурализма и нацизма.

В целом, исследование контента сообщества «Андерс Беринг Брейвик» позволило сделать вывод, что она была площадкой для публицистической коммуникации и преимущественно реализовывала идеологическую функцию, отражая и формируя общественное мнение.

В параграфе **3.2 «Отражение терактов в Волгограде (2013 г.) в локальной группе «Типичный Волгоград»»** представлены результаты анализа коммуникации пользователей социальной сети «ВКонтакте» в рамках одного сообщества в связи с террористическими актами, произошедшими в 2013 г. в Волгограде: 21 октября – взрыв в городском автобусе, 29 декабря – взрыв на железнодорожном вокзале, 30 декабря – взрыв в троллейбусе.

Первой реакцией пользователей было недоверие публикациям СМИ. Обвиняя их в непрофессионализме, участники, тем не менее, часто размещали ссылки на материалы различных интернет-изданий.

В целом, в группе «Типичный Волгоград» помимо основных тем, которые могут быть сформулированы как вечные вопросы «кто виноват?» и «что делать?», обсуждались такие, как «отношение к террористам», «способы борьбы с ними», «деятельность спецслужб / правоохранительных органов», «терроризм и мусульманство». В группе рассказывали о тех, кто погиб, и истории «чудесного спасения», писали о своих эмоциях в связи с терактом, обсуждали вопрос толерантности.

При отражении волгоградских терактов краеугольной семантической оппозицией в массиве высказываний пользователей выступали формулы «у терроризма есть национальность» и «у терроризма нет национальности». Еще одна позиция сводилась к тому, что это провокация межнационального конфликта.

Исследование текстового массива по изучаемой теме выявило также значимые для понимания мировоззрения и социального самочувствия аудитории группы показатели. Теракт достаточно часто ассоциировался у пользователей со словом «война». Близкой по частотности была характеристика эмоционального состояния пользователей, выраженная словом «страшно». Многократное обращение с положительной оценкой к личности И.В. Сталина, которого пользователи воспринимали как жесткого руководителя страны, способного навести порядок, коррелирует, на наш взгляд, с наблюдением над выражением страха перед происходящим. В негативном ключе участники группы упоминали США, которых обвиняли в поддержке терроризма и попытках дестабилизировать обстановку в России.

Интерес к информации в группе проявляли пользователи из разных регионов, выражавшие соболезнования пострадавшим и размещавшие однотипные фотографии со свечой в руке и траурными подписями.

Место и роль функции отражения и формирования общественного мнения стала наиболее очевидной при анализе такого сюжетного мотива в общем массиве публикаций в группе о теракте 29 декабря 2013 г., как установление личности смертницы. Резонансной оказалась долго обсуждавшаяся информация «LifeNews» с фотографией предполагаемой террористки. О способности подобных публикаций оказывать влияние на общественное мнение свидетельствует страница девушки, названной предполагаемой террористкой, в «ВКонтакте»: за пять дней ей отправили 102 «подарка» (часто в виде бомбы и с издевательски-

саркастическими подписями). В «Типичном Волгограде» тоже делились ссылкой на её страницу в сети, но сомневались в ее виновности. Участники группы осуждали администрацию и СМИ за размещение непроверенных данных. Данный эпизод подтверждает вывод профессионалов об особой роли пользователей, поскольку они «начали осуществлять функцию «контроля за контролерами», то есть за профессиональными СМИ, что раньше было невозможно» (Джазоян А.Е., 2014).

В целом, на основе анализа контента группы «Типичный Волгоград» в социальной сети «ВКонтакте» можно говорить о том, что сообщество в анализируемый период выступало медийной площадкой, по функциональному назначению приближалось к средствам массовой информации, выполняя информационную функцию, функцию отражения и формирования общественного мнения, справочную функцию.

В параграфе **3.3 «Информационная активность пользователей «ВКонтакте» в связи с трагедией над Синаем (2015 г.)»** идет речь о реакции пользователей на авиакатастрофу над Синайским полуостровом 31 октября 2015 г., впоследствии признанную террористическим актом. Эта трагедия вошла в тройку наиболее значимых тем за указанный год в «ВКонтакте». Хронологические рамки исследования определялись от момента появления первого сообщения о случившемся и до завершения обсуждения в группах.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что пользователи «ВКонтакте», избрав объектом информационного внимания трагедию над Синаем, оставались преимущественно в рамках темы скорби и выкладывали текстовый, иллюстративный, аудио- и видеоконтент меморативного характера. Символом трагедии для пользователей, как и для СМИ, стала 10-месячная Дарина Громова. Ее фотографию чаще всего размещали в группах, независимо от их тематической специализации. Помимо этого, создавались посвященные ей сообщества, как и группы меморативного характера о жертвах катастрофы. Частыми формами реагирования на трагедию над Синаем в сети были выставление лайков к записям на личных страницах погибших и размещение ссылок на их аккаунты. По нашим наблюдениям, одной из наиболее посещаемых была страница Т. Громовой, мамы Дарины. Если для журналистов личные страницы погибших были источником информации, то для пользователей их использование выполняло прежде всего меморативную функцию.

Как резонансное событие, трагедия послужила источником для троллинга. Так, группа «7K9268 / AIRBUS A321 / ГЛАВНЫЙ ПАССАЖИР и товары» размещала провокационные тексты с откровенно флэйминговыми задачами – о продаже одежды с изображениями погибших для выражения покупателями скорби по ним. Еще один вывод, который сделан на примере этого сообщества, что интернет-тролли осваивают новые формы деятельности, не ограничиваясь внедрением в чужое коммуникативное пространство, а конструируя свое в виде тематической группы.

В отдельных сообществах авиакатастрофа стала предметом для дискуссий, направленность которых зависела от специфики паблика.

Исследование контента группы «[ЧЁРНЫЙ ✈️ ЯЩИК] авиакатастрофа Когалымавиа 9268», отобранной для анализа по признакам тематической

специализации (чрезвычайные происшествия и авиакатастрофы), длительности существования, многочисленности (на момент исследования больше 15000 человек) и специфики участников (преимущественно сотрудников авиационных структур), показало, что администрация сообщества ориентировалась в своих постах на информирование о событиях, приветствовала «плюрализм мнений», но считала недопустимым некорректное ведение дискуссий.

По нашим наблюдениям, первый пост о случившемся был опубликован меньше чем через полчаса после аналогичных сообщений в СМИ, что позволяет говорить об оперативной работе администрации сообщества. Выполняя функцию информирования о событии, группа выкладывала новостную информацию в формате текстов, видео, фотоматериалов, инфографики, ссылок и т.д. Было замечено, что администрация от имени группы реагировала на сообщения пользователей и давала комментарии по разным вопросам.

В силу специфики состава участников группы главной обсуждаемой стала тема причин и виновных трагедии. Второй по значимости была тема скорби и сочувствия родственникам погибших. Лейтмотивом на протяжении всего анализируемого периода в сообщениях пользователей проходила тема недоверия средствам массовой информации.

Исследование контента группы позволяет сделать вывод об отсутствии среди ее участников единодушия практически по всем обсуждаемым вопросам, начиная от причин авиакатастрофы и завершая приемлемыми формами выражения скорби по погибшим.

Существовали и другие варианты обсуждения трагедии над Синаем. Так, в группе «Нетипичная Махачкала» (создана в 2012 г., в ноябре 2015 г. насчитывала свыше 533 000 участников) ведущей была тема скорби и дискуссия о соболезнованиях. Материалы, связанные с трагедией, разделены нами на четыре тематические ветви. Первая – это выражения скорби и соболезнования, зачастую сопровождавшиеся религиозными формулами, что объясняется спецификой региона, в котором сильны позиции мусульманства. Сообщения второй ветви, на наш взгляд, носили флэйминговый характер и отражали непримиримую позицию части подписчиков группы. Это были обвинения в адрес тех, кто скорбит по погибшим в самолете, но не по погибшим мусульманам в Сирии и других странах. Третья ветвь отражала убеждение «скорбеть нужно обо всех погибших». Специфика четвертой тематической линии заключалась в подкреплении позиции, отстаиваемой в рамках второй и третьей ветвей, религиозными воззрениями. Она выражалась в высказываниях, кто правильный мусульманин и о ком он может или должен скорбеть. Дискуссия сопровождалась обвинениями друг друга в неправильном толковании Корана.

Важной характеристикой отсутствия единодушия в группе по поводу крушения самолета является и тот факт, что к указанным постам иногда были сообщения на другую тематику и что участники добавляли неадекватные обсуждаемому событию смайлики. Показательным было размещение нескольких иллюстраций, высмеивающих трагедию.

**В Заключении** подведены итоги исследования и намечены перспективы дальнейшего изучения темы.

Результаты диссертационного исследования отражены в публикациях.

### **I. Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК**

1. Бобрышова А.С. Функции социальных сетей в условиях терактов (на материале социальной сети «ВКонтакте») / Бобрышова А.С., Лепилкина О.И. // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1; URL: <http://www.science-education.ru/121-17690> (дата обращения: 06.03.2015).

2. Бобрышова А.С. Обсуждение терактов А. Брейвика в социальной сети «ВКонтакте» (на материале группы «Андерс Беринг Брейвик») / Бобрышова А.С. // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2; URL: <http://www.science-education.ru/131-23623> (дата обращения: 02.12.2015).

3. Бобрышова А.С. Информационная активность регионального сегмента «ВКонтакте» в условиях терактов / Лепилкина О.И., Бобрышова А.С. // Ученые записки Новгородского государственного университета. – 2015. – №1; URL: <http://www.novsu.ru/univer/press/eNotes1/i.1086055/?id=1146715> (дата обращения: 02.12.2015).

4. Бобрышова А.С. Референдум о статусе Крыма как объект информационного внимания пользователей «ВКонтакте» / Бобрышова А.С. // Гуманитарные и юридические исследования. – 2016. – №2. – С. 181-185.

### **II. Статьи и тезисы научно-практических конференций**

5. Бобрышова А.С. Социальная сеть «ВКонтакте» как информационная площадка для молодежи (на материале информационного сопровождения теракта в Ставрополе 26.05.2010) / Лепилкина О.И., Бобрышова А.С. // Фундаментальные проблемы пространственного развития Юга России: междисциплинарный синтез. Тезисы Всероссийской научной конференции (28-29 сентября 2010 г., Ростов-на-Дону) / Отв. ред. акад. Г.Г. Матишов. – Ростов н/Д: Изд-во ЮНЦ РАН, 2010. – С. 180-183.

6. Бобрышова А.С. Социальная сеть «ВКонтакте» как источник информации о теракте / Бобрышова А.С. // Материалы Всерос. науч.-практ. конференции "Проблемы массовой коммуникации: новые подходы", 27-28 октября 2011 г. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2011. – С.112-113.

7. Бобрышова А.С. Информационные интересы пользователя социальной сети «ВКонтакте» (на материале группы «We love Russia») / Бобрышова А.С. // Медиакультура в эпоху цифровых технологий: Мат-лы Межвуз. научно-практ. конф. аспирантов и студентов, 8-9 декабря 2011 г. – СПб., 2011. – С. 156-157.

8. Бобрышова А.С. Значение новых медиа для молодежной аудитории в условиях чрезвычайных ситуаций / Бобрышова А.С. // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи: Материалы X междунац. конф. студентов и аспирантов, 3-5 марта 2011 г. – СПб., 2011. – С. 142-143.

9. Бобрышова А.С. Национальный вопрос в социальной сети «ВКонтакте» (на материале информационного сопровождения теракта в Ставрополе 26.05.2010) / Лепилкина О.И., Бобрышова А.С. // Этнические коммуникации в многонациональном обществе. Ежегодник. № 5. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2011. – С. 51-55.

10. Бобрышова А.С. Освещение выборов в Государственную Думу РФ в социальной сети «ВКонтакте» (на материале группы «We love Russia») / Бобрышова А.С. // Актуальные проблемы журналистики: Сборник трудов молодых ученых. Выпуск VII. – Томск: Факультет журналистики Томского государственного университета, 2011. – С. 41-43.
11. Бобрышова А.С. Освещение выборов в Государственную Думу РФ (декабрь 2011 года) в социальной сети «ВКонтакте» / Бобрышова А.С. // VIII Ежегодная научная конференция студентов и аспирантов базовых кафедр Южного научного центра РАН (11-26 апреля 2012 г., г. Ростов-на-Дону). – Ростов н/Д: Изд-во ЮНЦ РАН, 2012. – С. 390-391.
12. Бобрышова А.С. «ВКонтакте» – дискуссионная площадка и центр представления оперативной новостной информации / Бобрышова А.С. // I-формат. Журналистика провинции. – Вып. 8. – Ставрополь, 2012. – С. 42-52.
13. Бобрышова А.С. Виды текстового контента в социальной сети «ВКонтакте» / Бобрышова А.С. // Актуальные проблемы журналистики: Сборник трудов молодых ученых. Вып. VIII. Фак-т журналистики Томского гос. ун-та, 2012. – С. 47-49.
14. Бобрышова А.С. Социальная сеть «ВКонтакте» как информационный ресурс нового поколения / Бобрышова А.С. // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи: материалы XII международной конференции студентов и аспирантов (11–13 марта 2013 года) / Под ред. М. А. Бережной; сост. Е. А. Королев. — СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 2013. – С. 176-178.
15. Бобрышова А.С. Теракт как объект информационного внимания пользователей социальной сети «ВКонтакте» / Бобрышова А.С. // Материалы докладов XXI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» [Электронный ресурс]. – М.: Издательство МГУ; СП МЫСЛЬ, 2014. — 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
16. Бобрышова А.С. Гражданская журналистика в сети: теоретические подходы и эффективные практики / Бобрышова А.С. // Медиа- и межкультурная коммуникация в европейском контексте: материалы Международной научно-практической конференции (г. Ставрополь, 15-18 октября 2014 г.) / отв. ред. О.И. Лепилкина, С.В. Серебрякова. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2014. – С. 79-81.
17. Бобрышова А.С. Информация о терактах в социальной сети «ВКонтакте»: специфика контента и функционального назначения / Бобрышова А.С. // Сети в политике – Политика в сетях / Мат-лы V Междун. конф. молодых ученых, студентов и аспирантов / Под общ. ред. Курочкина А.В., Шерстобитова А.С. – СПб.: Факультет политологии СПбГУ, Изд-во РХГА, 2014. – С. 27-28.
18. Бобрышова А.С. Коммуникация в социальных сетях в условиях теракта в Волгограде в октябре 2013 г. / Бобрышова А.С. // Медиаисследования молодых ученых: материалы Всерос. конф. (22–24 мая 2014 г.) / Отв. ред. О.И. Лепилкина, А.М. Горбачев. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2014. – С. 93-94.
19. Бобрышова А.С. «Инфомолекулы» иллюстративного контента в социальной сети «ВКонтакте»: теоретические и прикладные аспекты / Бобрышова А.С. // Средства массовой информации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. Москва, 20-21 окт. 2015 г. /

сост. Д.Р. Аксянова, Г.Н. Трофимова; под ред. В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2015. – С. 413-417.

20. Бобрышова А.С. Образ Путина в социальной сети «ВКонтакте» в период подготовки и проведения референдума о статусе Крыма / Бобрышова А.С. // Медиаисследования молодых ученых: материалы Второй Всерос. конф. (21–22 мая 2015 г.) / Отв. ред. А.М. Горбачев. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2015. – С. 96.

21. Бобрышова А.С. Миграции и мигранты в социальной сети «ВКонтакте» в условиях терактов / Бобрышова А.С., Лепилкина О.И. // Миграционные процессы: проблемы адаптации и интеграции мигрантов: сборник материалов Межд. науч.-практ. конф., Ставрополь, 15-19 октября 2015 г. / Под ред. В.С. Белозерова. – Ставрополь: изд-во СКФУ, 2015. – С. 222-225.

22. Бобрышова А.С. Контент группы «Андерс Беринг Брейвик» в социальной сети «ВКонтакте» как индикатор позиций пользователей / Бобрышова А.С. // Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. – С. 247-248.

23. Бобрышова А.С. Поливариантность идентичности в контенте сети «ВКонтакте» в условиях социальной нестабильности / Бобрышова А.С. // Медиа в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 55-го междунар. форума (21–22 апреля 2016 года). – URL: <http://jf.spbu.ru/conference/6081/6088.html> (дата обращения: 02.12.2017).

24. Бобрышова А.С. Социальные сети как молодежная среда для межэтнического взаимодействия / Лепилкина О.И., Бобрышова А.С. // Этническая журналистика: история и современность. Ежегодник №8. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2016. – С. 65-68.

25. Бобрышова А.С. Гражданская журналистика «ВКонтакте» в период терактов в 2010-2013 гг.: изменения контента / Бобрышова А.С. // Медиа чтения СКФУ: взгляд молодых исследователей: сборник конкурсных материалов Всероссийского научного семинара / отв. ред. О.И. Лепилкина, А.М. Горбачев. – Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2016. – С. 130-132.

26. Бобрышова А.С. Информационное сопровождение терактов в Волгограде в 2013 г. в региональном сегменте социальной сети «ВКонтакте» (на материале группы «Типичный Волгоград») / Бобрышова А.С. // Международно-правовые средства противодействия терроризму в условиях глобализации. Проблемы террористического наемничества среди молодежи и пути их преодоления: материалы Всероссийской научно-практической конференции (27–28 июля 2016 года). – Ставрополь: СГПИ, 2016. – С. 376-378.

27. Бобрышова А.С. The specific of the interpretation of tragedy over Sinai (october 31, 2015) as a focus of information attention of the “VKontakte” social network / Барабаш В.В., Бобрышова А.С., Лепилкина О.И., Карабулатова И.С. // Astra Salvensis. – 2018. – №2.

**Бобрышова Александра Сергеевна (Россия)**

**Контент социальной сети «ВКонтакте» в периоды общественно значимых событий**

Диссертационное исследование посвящено выявлению специфики информационного сопровождения общественно значимых событий в социальной сети «ВКонтакте».

Выявлены и обоснованы теоретико-методологические подходы изучения социальных сетей, прослежены модификации технологических возможностей «ВКонтакте», собран и обобщен массив статистических данных за 11 лет развития сети как востребованного пользователями медийного ресурса. Изучен и охарактеризован контент сообществ «ВКонтакте», связанный с такими общественно значимыми для российского социума событиями, как выборы в Государственную Думу Российской Федерации (декабрь 2011 г.) и президента России (март 2012 г.), референдум о статусе Крыма (март 2014 г.), террористические акты в Волгограде (октябрь, декабрь 2013 г.), А. Брейвика в Норвегии (июль 2011 г.), авиакатастрофа российского пассажирского лайнера над Синайским полуостровом (октябрь 2015 г.), впоследствии признанная террористическим актом.

**Bobryshova Aleksandra Sergeevna (Russia)**

**Content of social network "VKontakte" at times of socially significant events**

Thesis research focuses on revealing the specifics of information support of socially significant events in the social network "VKontakte".

Theoretical and methodological approaches for social networks analysis were identified and substantiated, the technological possibilities modifications of "VKontakte" network were monitored, the array of statistical data for 11 years of network development as the demanded media resource was collected and summarized. The content of "VKontakte" communities was analyzed and defined regarding such socially significant events for the Russian society as the elections to the State Duma of the Russian Federation (December 2011) and the President of Russia elections (March 2012), the Crimea Status referendum (March 2014), terrorist attacks in Volgograd (October, December 2013) and in Norway by A. Breivik (July 2011), a plane crash of the Russian passenger liner on the Sinai Peninsula (October 2015) subsequently identified as a the terrorist act.