

Полина Алексеевна Мордвинава

*Новосибирский государственный университет
630090, Россия, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 1*

✉ p.mordvinova@g.nsu.ru

DOI 10.25205/978-5-4437-1258-1-172-177

НОВОСИБИРСКИЕ ГОРОДСКИЕ ПАБЛИКИ «ВКОНТАКТЕ»: СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Интернет — основа существования новых медиа. Это относительно новое средство массовой коммуникации, которое заняло значительную часть в жизни современного человека. Так, по данным исследовательской компании Mediascore, более 95,8 млн россиян старше 12 лет, а это более 78 % населения страны, пользовались Интернетом в 2020 г.

К новым медиа можно отнести интернет-порталы онлайн-СМИ, интернет-ТВ, интернет-радио, блогосферу и т. д., в том числе паблики (или сообщества), в частности, городские и паблики районов и микрорайонов в социальной сети «ВКонтакте», которые являются объектом нашего исследования.

Всего был выявлен 91 паблик «ВКонтакте» (в сумме общегородских, пабликов районов и микрорайонов), в каждом из которых состояло от 1000 участников. Заметим, все эти паблики являются обособленными, не связанными с традиционными СМИ (например, районными газетами). Районных пабликов среди выявленных оказалось 22, их суммарный состав — 124 тыс. подписчиков. Пабликов микрорайонов — 58, на них подписано 433 686 аккау-

© П. А. Мордвинава, 2021

тов. Количество участников, состоящих в пабликах трех самых крупных по численности населения районов города (Ленинский, Октябрьский и Калининский), является самым большим. Например, Ленинский район является самым большим (численность — 288 070 человек) районом города, при этом в двух его районных пабликах состоит 41 659 человек. Аудитория микрорайонов города составляет в среднем 5000 подписчиков на паблик. Исключение составляют некоторые микрорайоны, например, Академгородок (64 097 подписчиков, по данным на 20 февраля 2021 г.) или Обь-ГЭС (48 271, по данным на 20 февраля 2021 г.), в которых число участников существенно больше. Мы связываем это с территориальной изолированностью этих городских микрорайонов и замкнутостью жизни их сообществ. Самые маленькие микрорайоны имеют наименьшее количество участников в пабликах («Ясный берег» — 1351 человек).

В данных тезисах представим результаты дальнейшей работы по установлению доминирующих и второстепенных функций контента, циркулирующего в городских пабликах и пабликах районов и микрорайонов. Мы составили кодификатор, за основу которого была взята классификация функций массовых коммуникаций применительно к социуму Дэниса Маккуэйла [McQuail, 2010]. Приведем пример кодификации, объединенной нами в одну функцию «социальной связи и обеспечения преемственности»:

- 2.1. комментирование и интерпретация происходящего;
- 2.2. поддержка существующих норм и властных отношений;
- 2.3. подрыв существующих норм и властных отношений, указание на недостатки;
- 2.4. социализация, выражение образцов доминирующей культуры, обеспечение «узнавания» субкультур, новых культурных направлений;
- 2.5. координация разнонаправленной социальной активности, формирование общественного согласия;

2.6. обращение к соседям и жителям, в том числе за советом/помощью.

Всего было проанализировано 355 постов, выбранных методом сплошной выборки за два периода: 15 января — 15 февраля 2021 г.; 1 ноября — 30 ноября 2020 г. В результате анализа мы получили следующие выводы.

Информационную функцию посты городских и районных пабликов выполняют почти в половине случаев (45 %). При этом наиболее частотным подтипом данной функции является информирование о событиях и условиях жизни в обществе и мире. Наименее частотным — информационное обеспечение инновационных процессов (встретилось всего лишь в одном посте).

При этом можно видеть пересечение со второстепенной функцией 2.3. — «подрыв существующих норм и властных отношений, указание на недостатки». Чаще всего посты объединяют в себе несколько функций, но одна из них является доминирующей.

Таким образом, подписчики подобных пабликов получают новую для них информацию: городские паблики выступают для пользователей своеобразным СМИ, где скорость получения и обновления информации гораздо выше, чем в традиционных СМИ, а также, пользуясь возможностями функционала социальных сетей, подписчики имеют возможность отреагировать на нее посредством лайков, репостов и в некоторых случаях комментариев.

Самыми популярными тематиками таких постов выступают «благоустройство» и «дороги и транспорт». Чаще всего посты, связанные с благоустройством, сопряжены с функцией 2.2. (поддержка существующих норм и властных отношений): в содержании постов часто присутствуют эмоционально наполненные положительные выражения и восклицательные предложения. Например, пост из паблика «ТОС „Европейский берег“»: «Поздравляем всех нас! Свершилось долгожданное, торжественное событие, открылся второй детский сад нашего ЖК».

Если говорить о реакции подписчиков, то в подавляющем большинстве можно встретить позитивные комментарии под этими постами, но все же наиболее распространенным способом выразить свою реакцию в социальной сети является лайк и репост.

Напротив, посты, связанные с тематикой «дороги и транспорт», помимо информирования, выполняют функцию «подрыв существующих норм и властных отношений, указание на недостатки». Это обуславливается тем, что эта тематика является «болезненной» — горожане высказывают недовольство состоянием дорог, отсутствием их уборки от снега, пробками, обвиняя в этом, прежде всего, власть. Разумеется, подобные посты почти всегда сопровождаются негативной оценкой, поскольку негативная оценка позволяет наиболее сильно воздействовать на читателя.

Доминирующей функцией является функция социальной связи и обеспечения преемственности (48 %). Поскольку данная функция включает в себя несколько подвидов, то необходимо отметить, что главенствующее положение занимает непосредственно социализация, поддержание общности социальных ценностей. Это связано, прежде всего, с тем, что жители объединяются в сообщества именно ввиду их общих интересов, которые они могут обсудить между собой. Они понимают друг друга лучше, чем те, кто не является членами этих сообществ и не имеет к ним никакого отношения.

Функция 2.5. (координация разнонаправленной социальной активности, формирование общественного согласия) всегда сопряжена с другими и никогда не существует сама по себе. Например, пост из паблика «МОЙ МАССИВ | СЕВЕРО-ЧЕМСКОЙ»: «Как решить проблему с работой спецтехники по ночам? Петухова, 14/7, время 2.40 ночи, в квартире с закрытыми окнами невозможно спать взрослому, не говоря о детях. Может, поможет огласка данной проблемы, в полицию звонили два раза (две ночи)».

Чаще всего она объединена с функцией 2.3. (подрыв существующих норм и властных отношений, указание на недостатки), и цель таких

постов не просто пожаловаться и спросить мнение горожан, но и скоординировать социальную активность, прийти к общему консенсусу.

Рекреативная функция встречается гораздо реже (13 %), поэтому можно утверждать, что городские и районные паблики — это точно не полностью развлекательные ресурсы, а лишь частично.

Данную функцию чаще всего несут мемы либо развлекательные картинки, в большинстве случаев связанные именно с данной территорией и понятные лишь для местных жителей.

Функция мобилизации представлена в городских и районных пабликах Новосибирска в наименьшей степени (9,5 %). При этом мы разделили ее на два подвида: первый — организация кампаний в связи с актуальными целями в политике, экономике, социальной сфере, второй — поиск утерянных животных и вещей. К первому случаю мы отнесли посты об угоне автомобилей, проведение кампаний по поиску правонарушителей и пропавших без вести людей, ко второму — поиск потерянных собак, кошек, а также личных предметов (сумок, ключей, документов и т. д.).

Контент с «собачками и кошечками», который Л. А. Битков наряду с мемами относит к «низкокачественному контенту», востребован больше: «Генерация низкокачественного контента стала простым выходом для админов, ведь для удержания аудитории публичной странице необходимо постоянно обновляться (5–10 раз в пиковые часы)» [Битков, 2013. С. 23].

Отметим также, что повестка пабликов в 9 % случаев формируется посредством репоста из других пабликов города, а в 3 % — со ссылкой на официальные сайты СМИ. То есть паблики создают собственную повестку не только своими силами, но и заимствуя с других источников.

Литература

Битков Л. А. Дивный новый мир социальных сетей, или Как публичные страницы убивают гражданскую журналистику и рождают

П.А. Мордвинова

нишевые сообщества // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение, 2013. № 20 (311). Вып. 79. С. 22-24.

McQuail D. Mass Communication Theory / D. MacQuail. London : Sage, 2010. 632 p.