УДК 81'42
DOI: 10.17223/19986645/47/3

Н.Н. Зильберман, Н.А. Мишанкина

«СОВЕТСКОЕ» В РЕФЛЕКСИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ

Статья посвящена сопоставительному анализу проявлений политической рефлексии в отношении «советского» периода пользователями интернет-сообществ (форумов и социальных сетей). Полученные из теоретических источников данные и результаты контент-анализа (на материале социальных сетей ВКонтакте, Одноклассники, Facebook) позволили выявить различия в понимании «советского»: тематические (социально-бытовые, культурные, политические) и аксиологические.
Ключевые слова: *интернет-коммуникации, социальные сети, интернет-сообщества, политическая рефлексия, Советский Союз, советское.*

Проблема исследования

Среда интернет-коммуникаций привлекает внимание исследователей как активно и бурно развивающееся социальное явление. Феномен «Интернет» занимает все большее место в жизни современного человека. Эта форма коммуникации возникла в 90-е гг. XX в. и быстро стала одной из наиболее востребованных: ежегодно численность пользователей «виртуального» пространства растет, а само пространство активно развивается и все больше областей «реальной» действительности вовлекаются в «виртуальность». Данные, представленные на портале «Интернет в России и в мире», показывают, что количество российских интернет-пользователей в 2016 г. составляло порядка 84 млн человек – 70,4% всего населения, а аудитория молодых пользователей достигает 97% [1]. Это говорит о том, что в настоящее время Интернет осмысляется как открытая коммуникативная среда, доступное и активно используемое социальное пространство со специфичными условиями общения. Соответственно, процессы, происходящие в современном обществе и жизни отдельного человека как представителя этого общества, находят отражение в новом коммуникативном формате, хотя при этом и подвергаются определенным трансформациям [2, 3]. Для ученых эта среда открывает новые возможности исследования социального (в том числе речевого) поведения в новых коммуникативных условиях [2–11]. Дискурсивные параметры интернет-коммуникации (виртуальный хронотоп, квазианонимность [10]) создают ощущение значительно большей социальной свободы, что способствует менее официальному поведению интернет-пользователей, в частности более открытому высказыванию своих взглядов.

В работе [4] все виртуальные интернет-топосы предлагается условно разделить на четыре класса: информационные, коммуникационные, развлекательные и инструментальные. Практически все исследователи отмечают, что наиболее ранними являются коммуникационные ресурсы – сеть Интернет возникла как первая коммуникационная среда, упростившая общение для

обитателей Силиконовой долины. Современные коммуникационные ресурсы Интернета разнообразны, к таковым относятся: почтовые сервисы, чаты и форумы, обслуживающие сферы общения разной степени официальности – от совершенно свободных площадок, до ресурсов, размещенных на сайтах официальных организаций. К этому же типу ресурсов можно отнести достаточно новое образование – социальные сети. Объединяет же все названные ресурсы такой параметр, как возможность свободного вхождения в коммуникацию. В этом случае выбор коммуникативного пространства и темы определяется личными предпочтениями пользователя, более того, пользователь сам имеет возможность задать топик и организовать коммуникацию. Именно поэтому можно говорить о стихийности этого типа коммуникации, а выявленные топики свидетельствуют о том, что интерес к определенной теме в этой коммуникативной среде не является навязанным внешними социальными структурами [10. С. 205–207].

Как уже говорилось выше, социальные сети, как форма интернет-коммуникации, достаточно позднее образование, хотя этот термин появился в 1954 г. в работе социолога Дж. Барнса для обозначения системы социальных коммуникаций, в которые включен каждый человек [12. P. 43–44]. Спустя полвека эта метафора воплотилась в виде интернет-ресурсов онлайн-сервисов, предназначенных для неформального общения. От форумов и чатов социальные сети отличаются тем, что пользователь обязан пройти регистрацию и предоставить данные о себе. Как правило, пользователи социальных сетей, в отличие от участников чатов и форумов, представляются в рамках этого пространства своим настоящим именем, чтобы продолжить в виртуальном топосе свои реальные социальные контакты, но возможность квазианонимности сохраняется и в данном случае: пользователь имеет возможность создать ложный аккаунт. Кроме того, пользователь социальной сети может участвовать в различного рода сетевых сообществах – виртуальных группах по интересам. Исследование дискурса социальных сетей – одна из актуальных тенденций современной гуманитарной науки, в том числе лингвистики, о чем свидетельствует значительная исследовательская активность в изучении различных аспектов этого вида коммуникации [5, 13–17], в качестве примера можно назвать работы, посвященные анализу форм и особенностей политической коммуникации в сетях [7–8, 16–17].

В пестрой политической жизни современной России, в общественной и частной жизни россиян необычайно актуализирован феномен «советского». Интерес, возникший в начале нулевых как форма культурной иронии, как возможность включить семиотическую систему «советского» в новый культурный контекст, быстро приобрел характер массовой рефлексии, что, в свою очередь, получило отражение в рефлексии научной. Ученые-гуманитарии ответили на вызов общества серией междисциплинарных проектов, выполненных в рамках программы МИОН («Советская культура в современном социопространстве: трансформации и перспективы», «Ностальгия по советскому в социокультурном пространстве современной России»), они нашли отражение в монографических изданиях, объединивших исследователей из различных регионов [18–20]. Данные, представленные в монографиях, позволяют говорить о следующих причинах актуализации этой проблематики в

обществе: во-первых, национальное сообщество преодолело минимальную временную, историческую «дистанцию», когда раздражение и неприятие по отношению к предыдущему политическому строю сменилось любопытством и желанием рассмотреть этот уже далекий мир. Выросло поколение, родившееся и сформировавшееся в 90-е, в совершенно иной культурной среде и испытывающее естественный интерес к способам мироустройства, и в первую очередь к такому, в котором жили их родители. Русское общество оказалось в культурно-исторической ситуации, требующей рефлексии, необходимой для восстановления культурно-исторических связей, формирования культурно-исторической идентичности нового поколения русских. Поэтому интерес к феномену советского в историческом и культурном аспекте формируется совершенно естественным, стихийным образом как попытка культурно-исторической самоидентификации. Вторая причина – социально-политические изменения, происходящие в современной России и вызывающие недовольство современного россиянина, что заставляет его искать «лучшие» образцы жизни. И здесь, конечно, в качестве некоторого «золотого» времени, времени детства, юности, молодости, когда человек чувствовал себя защищенным от невзгод, когда «трава была зеленее», актуализируется память о советском периоде жизни общества и отдельного человека.

Процессы рефлексии «советского» в сфере интернет-дискурса также попали в фокус исследования и были рассмотрены на материале сообщений интернет-форумов [21]. В работе отмечается, что сообщения пользователей[1] группируются в две основные подтемы: «Совковый идиотизм» и «Ностальгия». Категории, обсуждаемые участниками: семья; быт; гастрономия; уход за собой; отношение социума к внешнему облику; социальные институты: детский сад, школа; политика, властные структуры; культура – осмысляются амбивалентно. В ходе дискуссии происходит ностальгическая переоценка тех качеств, которые ранее интерпретировались негативно: бедность осознается как рациональность использования ресурсов; устаревшие семейные ценности рассматриваются как семейные традиции; идеологизация в школе понимается как социализация; идеологизированная эстетика осмысляется как новаторская. При этом однозначно в категорию «Ностальгия» включается советская гастрономия, а в категорию «Идиотизм» – политика и власть. Материал форумов показывает, что «советское осмысляется через призму двух базовых категорий: частная жизнь, которая связана с феноменом ностальгии, и отношения «человек – государство», которые оцениваются негативно и маркируются как «совковый идиотизм» [21. С. 138].

Феномен «советское» как объект рефлексии пользователей социальных сетей не был исследован в сопоставительном аспекте. В настоящей работе мы обращаемся к анализу рефлексии «советского» в российских социальных сетях с целью выявить различия рефлексии пользователей форумов и сообществ социальных сетей.

[1] Форум Littleone, архив обсуждения топика «Ностальгия по советским временам. Давайте делиться?», 06.12.2006 – 12.12.2006, 400 сообщений, 83 участника в возрасте 35–45 лет.

Методология и метод

Наиболее эффективным при исследовании процессов общественно-политической рефлексии в социальных сетях Интернета считаем методологию социолингвистики, изучающей динамические процессы, происходящие в социуме на основе лингвистических данных, основополагающим методологическим принципом в этом случае является исследование речевого поведения[1] социальной личности или социальной группы [23]. Предметом нашего анализа стало речевое поведение пользователей социальных сетей в аспекте общественно-политической рефлексии – осмысления советского периода истории России.

Непосредственным материалом анализа послужили посты, размещенные в новостных лентах социальных сетей. В сферу нашего анализа попали социальные сети, которые чаще всего используют жители России: ВКонтакте (https://vk.com), Одноклассники (https://ok.ru) и Facebook (https://www.facebook.com/).

Портал BRAND ANALYTICS приводит следующие характеристики этих социальных сетей. Наиболее крупная сеть – «ВКонтакте», ее ежемесячная аудитория составляет 53,6 млн человек, возрастные параметры пользовательской аудитории – 18–24 года; гендерная структура: 41,9% – мужчины, 58,1% – женщины. Ежемесячная аудитория сети «Одноклассники» – 39 млн человек, средний возраст пользователей делят категории «25–34 года и 55 лет и старше, среди пользователей преобладают женщины (69,2% женщин и 20,8% мужчин). Facebook: ежемесячная аудитория – 24,5 млн чел., средний возраст от 25 до 34 лет, гендерная структура близка к равновесной – 56,3% женщин, 43,7% мужчин [24].

На первом этапе анализа было выявлено количество коммуникативных пространств (групп), репрезентирующих «советское» в рамках исследуемых социальных сетей. Далее при анализе данных, полученных из каждой социальной сети, была осуществлена выборка текстов постов наиболее крупных открытых групп, посвященных феномену советского, основной критерий отбора – количество участников.

В качестве основного исследовательского метода был выбран контент-анализ, позволяющий выявить посредством определения наиболее частотных семантических категорий значимые для пользователей социальных сетей параметры «советского» [25]. Количественный анализ вербальных единиц, репрезентирующих определенные семантические категории (темы), позволил сделать содержательный вывод об интересе пользователей к той или иной проблеме. Материалом контент-анализа послужили тексты обсуждения тем, заданных в рамках группы в период с 13.01.2011 по 14.03.2016[2].

---

[1] «Изучается социолингвистикой с точки зрения процесса выбора языка либо языкового варианта для построения социально корректного высказывания. Речевое поведение реализуется в конкретных видах или стратегиях (в зависимости от темы, обстановки, цели общения, ролевых отношений коммуникантов, их социального статуса и установки)» [22].

[2] В связи с тем, что выборки по различным социальным сетям оказались неравными, оптимальным решением было оперировать не абсолютной, а относительной частотой встречаемости семантических категорий, поэтому объем выборки по каждой группе был принят за 100%.

Предварительно в качестве исследуемых категорий были определены темы, выявленные при исследовании материала форумов [21], но впоследствии категориальная матрица была скорректирована в соответствии с эмпирическими данными. В качестве единицы анализа были выбраны лексические единицы и коллокации, репрезентирующие исследуемые категории.

При анализе отдельных текстов заголовков, девизов и описаний групп в социальных сетях, а также комментариев пользователей был использован текстологический и семиотический анализ, так как во многих случаях смысл сообщения был обусловлен не только вербальной составляющей, но и графическим контекстом. Сопоставительный анализ использовался на этапе соотнесения данных, полученных при анализе материала различных социальных сетей с результатами анализа форумов.

Результаты исследования

Первый этап анализа был связан с определением количества сообществ (групп), репрезентирующих «советское» в рамках исследуемых социальных сетей. Через поисковые системы были введены запросы, направленные на выявление тематических групп, связанных с понятием «советское»: «Советский Союз», «СССР». Результаты анализа представлены в табл. 1.

Таблица 1. **Количество групп, репрезентирующих тему «советское» в социальных сетях**

Форма поискового запроса	ВКонтакте	Одноклассники	Facebook
Советский Союз	**563**	113	12
СССР	13 762	**41095**	55
Всего	14325	**41208**	67

Как можно убедиться, по количеству ресурсов, связанных с памятью о советском, лидирует социальная сеть «Одноклассники», что вполне объяснимо с точки зрения возрастного состава пользователей сети. Однако и сеть «ВКонтакте» показывает существенное количество исследуемых тематических групп, что подтверждает предположение о поиске идентичности в молодежной среде.

Для проведения контент-анализа были выбраны группы с наибольшим количеством участников[1]: 1) «Одноклассники» – «Эх... Вернуться бы в СССР» (http://ok.ru/ok.sssr) – 328 тыс. участников; 2) «Вконтакте» – «СОВЕТСКИЙ_СОЮЗ_В_НАШЕМ_СЕРДЦЕ» (https://vk.com/club14407777) – 118,5 тыс. участников; 3) Facebook – «СССР. Прекрасная страна, в которой мы жили» (https://www.facebook.com/ourUSSR/timeline) – 101 тыс. участников.

[1] Отметим, что особенностью сообществ социальных сетей является их динамичность. Название сообщества, количество участников, количество обсуждаемых тем могут варьироваться, так как участники коммуникации вступают и покидают сообщества, размещают и удаляют посты. Тем не менее крупные сообщества являются относительно стабильными образованиями, идентификатором которых служит, как правило, сетевой адрес.

В анализируемых группах было заявлено следующее количество обсуждаемых тем: «Одноклассники» – 4 282; «ВКонтакте» – 1 139; группа Facebook не отражает информацию о количестве тем, но ручной подсчет позволяет говорить о том, что их не менее 900. Для анализа были выбраны темы, в которых количество реакций пользователей превышало 100, что свидетельствует об интересе участников. Общее количество проанализированных текстов в отобранных темах составило: «Одноклассники» – 10 615; «ВКонтакте» – 9 405; Facebook – 8 570.

Характеристика презентации исследуемых сообществ

Прежде чем приступить непосредственно к изложению результатов контент-анализа, представим характеристику презентации исследуемых сообществ в социальной сети, чтобы наглядно продемонстрировать целевую направленность сообществ и аксиологический модус в осмыслении «советского».

Как правило, презентация сообщества в социальной сети представляет собой комплекс, включающий эмблему (графический символ сообщества), название, девиз и краткое описание ключевой тематики сообщества. На рис. 1 представлен образец презентации группы. Форумы, посвященные «советскому», не оформлены каким-то специальным образом и представляют собой вербальное обозначение темы обсуждения.

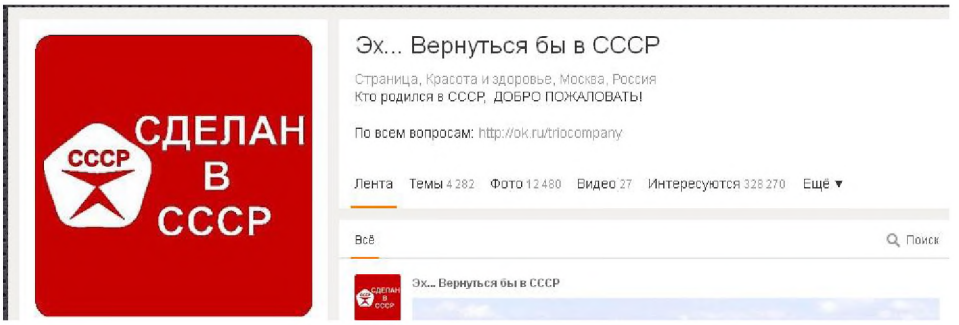

Рис. 1. Оформление страницы группы «Эх... Вернуться бы в СССР» (http://ok.ru/ok.sssr)

Название группы демонстрирует личностное, эмоциональное отношение к советскому строю, государству (ср. *СОВЕТСКИЙ_СОЮЗ_* ***В_ НАШЕМ_ СЕРДЦЕ***, *СССР.* ***Прекрасная*** *страна, в которой мы жили,* ***Рождены*** *в Советском Союзе* и др.). Анализ презентационных текстов исследуемых групп показал, что обычно сообщество позиционируется как коммуникативное пространство для сторонников советского строя и противников существующего политического режима: «*В нашей группе* ***Вы можете высказывать мнения, отличные от тех, которыми буржуи промывают мозги населению*** *с помощью средств массовой дезинформации*» («СОВЕТСКИЙ_ СОЮЗ_ В_ НАШЕМ_СЕРДЦЕ»). При этом, как можно убедиться, организаторы группы чужды практики политкорректности. В самом тексте дается последовательная позитивная оценка СССР как мирового лидера: ***сыграл решающую роль в разгроме фашизма****/ Его успешный исторический опыт (прим. построение*

социалистического государства) стал доступен многим народам («СОВЕТСКИЙ_СОЮЗ_В_НАШЕМ_СЕРДЦЕ»), СССР представлен как мировая держава, обладающая уникальными признаками: *Эта страница посвящена* ***СССР*** *– без преувеличения,* ***самому уникальному государству XX века****. ...****Государству****, которое* ***сыграло важнейшую роль в судьбе и развитии всего мира****! Государству, которое больше не существует, в которое мы уже никогда не вернемся, но которое было и навсегда останется нашей Родиной!* («СССР. Прекрасная страна, в которой мы жили»).

Текст позволяет сделать вывод, что в отличие от участников форумов, заявляющих дискуссионный аспект в осмыслении «советского», организаторы интернет-сообществ в социальных сетях изначально задают его позитивную оценку и позиционируют его как идеальный способ государственного устройства по отношению к существующему положению дел в социально-политической реальности.

В отличие форумов, где информация носит преимущественно текстовый характер, размещенные в ленте социальных сетей посты представляют собой, как правило, графические изображения: фотографии, демотиваторы и т.п. (см., например, рис. 2). Основная текстовая составляющая такого поста – сопроводительная реплика и комментарии участников обсуждения, хотя в некоторых случаях текст комментария может быть достаточно развернутым.

Таким образом, оформление коммуникативного пространства, посвященного «советскому» в социальных сетях и на форумах, различается в аспекте презентации, целеполагания, оценочного модуса и способов подачи информации.

Рис. 2. Пример поста в группе «Эх... Вернуться бы в СССР» (http://ok.ru/ok.sssr)

Описание результатов контент-анализа

Прежде чем приступить к проведению контент-анализа всего материала, мы провели пилотное исследование с целью коррекции списка исследуемых семантических категорий, это потребовалось в связи с тем, что предварительный анализ показал несоответствие репрезентантов (единиц анализа) изначально заданной категориальной матрице. Пилотное исследование показало, что некоторые категории (семья, отношение социума к внешнему облику)

в социальных сетях не представлены, что подтвердило и основное исследование. В то же время в материале была значительно более широко представлена категория «Политика». Кроме того, несмотря на изначальное позиционирование исследуемых сообществ как направленных на рефлексию советского строя, оказалось, что значительная часть постов посвящена актуальным социальным и политическим проблемам современной России, поэтому потребовалось ввести дополнительную подкатегорию в рамках каждой категории, связанную с временной локализацией. Результаты анализа отражены в табл. 2.

Таблица 2. **Количество репрезентантов выявленных категорий в исследуемых социальных сетях**

Название семантической категории	ВКонтакте ед. в %	Одноклассники ед. в %	Facebook ед. в %
Быт, реалии, гастрономия	1	**22**	8
советское	1	22	8
современность	0	0	0
Уход за собой (реклама)	0	**10**	0
советское		0	
современность		10	
Социальные институты, социальные проблемы	27	**34**	4
	1	15	4
советское	26	19	0
современность			
Внешняя и внутренняя политика, экономика (персоналии)	**71**	13	29
	20	7	21
советское	51	6	8
современность			
Культура, наука	8	18	**56**
советское	2	18	56
современность	6	0	0
Религия	1	**3**	0
советское	0	0	
современность	1	3	
Спорт	0	0	**11**
советское			11
современность			0

Результаты проведенного контент-анализа показывают, что пользователи разных социальных сетей по-разному используют коммуникативное пространство сообществ, посвященных феномену «советское». В наибольшей степени к «советскому» обращаются пользователи Facebook, причем это позитивная оценка культурных ценностей, созданных в советский период.

Охарактеризуем более детально содержание категорий. Сообщество пользователей Facebook, посвященное феномену советского, осмысляет СССР в первую очередь как **культурное пространство (56%)** – 42% информации в новостных лентах посвящено культурному контенту – советскому кино, телевидению, искусству в целом. Например: *По волнам нашей памяти – самые кассовые* ***фильмы*** *Союза. Восьмое место. «Щит и меч» — со-*

ветский четырёхсерийный художественный ***фильм*** *о Второй мировой войне, снятый в 1968 году по одноимённому роману Вадима Кожевникова* ***режиссёром*** *Владимиром Басовым (68,3 млн зрителей),* 6 % информации связано с презентацией научных достижений советских ученых (в том числе покорение космоса). Информация о **персоналиях** (актерах, писателях, ученых и т.п., создавших репутацию советскому государству) составляет 8 % (из 56). Например: *Владимир* ***Бортко****: «Сталин – это символ нашей страны». Лауреат премии Александра Солженицына (2004)* ***режиссер Владимир Бортко****, снявший фильмы «Собачье сердце» (1988) и «Мастер и Маргарита» (2005), выступил на пленарном заседании Госдумы с панегириком Иосифу Сталину. 11 марта 2014 года Бортко подписал обращение деятелей культуры Российской Федерации в поддержку политики президента РФ В.В. Путина на Украине и в Крыму.*

21% постов содержат информацию **о значимых** для страны и всего мира исторических **событиях** и достижениях советского народа, о политиках, создавших СССР репутацию великой державы. Например: *4 ФЕВРАЛЯ 1945 ГОДА ОТКРЫЛАСЬ ЯЛТИНСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ГЛАВ ТРЁХ ДЕРЖАВ, СССР, США И ВЕЛИКОБРИТАНИИ – В ХОДЕ КОНФЕРЕНЦИИ В ЦЕЛОМ РЕШЕНЫ ВОПРОСЫ ПОСЛЕВОЕННОГО УСТРОЙСТВА МИРА, БЫЛА СОЗДАНА* ***СИСТЕМА МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ,*** *ОТЧАСТИ ДЕЙСТВУЮЩАЯ И ПОНЫНЕ.*

Отличает это сообщество и внимание к спортивным достижениям советских людей – 11% контента связано с презентацией советского спорта: хоккея, фигурного катания. Например: *Чтобы помнили... Светлая память! Сергей Гриньков, советский и российский* ***фигурист****, двукратный олимпийский чемпион.*

Вместе с тем непосредственно в ленте новостей размещаются сообщения о современных политических событиях (8%), связанных с действиями президента и правительства. Как правило, освещаются внешнеполитические события.

Нужно отметить, что в группах этой социальной сети реже встречаются посты, посвященные артефактному миру советского. Это по преимуществу пространство культурной рефлексии, однако все же можно говорить о том, что бытовые реалии присутствуют (8%) в виде графических изображений гастрономических объектов (лимонад, мороженое, хлеб и под.), как правило, сопровождаемых надписями ***«Вкус детства» или «Знакомый вкус»***.

Осмысление социальной реальности связано не с конкретными социальными институтами/учреждениями, а с общими принципами организации социальной сферы. Например, пост «СНИЖЕНИЕ ЦЕН В СТАЛИНСКОМ СССР»: *И.В. Сталин еще до 1933 года призывал к тому, чтобы товары в магазинах регулярно дешевели. И добился своего. В сотрудничестве с председателем Советского правительства Молотовым и другими большевиками Сталину удалось в период с 1933 по 1937 год реализовать* ***снижение цен****.* Сфера образования, здравоохранения зачастую осмысляются через призму персоналий – известных педагогов и врачей.

Таким образом, мы можем говорить о «культуроцентризме» как доминанте в рефлексии советского пользователями этой социальной сети. СССР

предстаёт как культурное, бесконфликтное и беспроблемное пространство, где живут счастливые, умные, улыбающиеся и доброжелательные люди, где каждое событие имеет позитивное мировое значение.

Пользователи социальной сети «Одноклассники», напротив, осмысляют «советское» как **артефактный** мир. Наиболее актуальными по количеству репостов и комментариев можно считать темы, связанные с **советским бытом и миром артефактов (**22%**)**: ***Кирзачи.*** *Кирзовые сапоги – больше, чем обувь. Иван Плотников, который перед войной наладил их производство, получил Сталинскую премию… Они и сегодня в ходу. Потому что надежные…; За счастье было иметь в детстве* ***пупсиков*** *… А если ещё и* ***коляска*** *есть у пупсика) То вооооооообщеееее)))))))…* в том числе гастрономией: ***Молоко*** *наших времен!*; ***Вкус детства***. ***Ириски***…

Рис. 3. Пример поста в группе «Эх... Вернуться бы в СССР» (http://ok.ru/ok.sssr)

Значительную часть в коммуникативном пространстве сообщества занимают посты, посвященные **социальным** проблемам (34%). Как отдельный феномен, особые социальные институты осмысляются советское детство и школа (15%) – ***Советское детство***. *(Е.Майснер)* * * * *Вспоминаю часто* ***детство***. *Дворик сердцу милый. Было всё тогда советским, но счастливым было…* Но при этом в данном коммуникативном пространстве наблюдается очевидное противопоставление современной России и СССР в аспекте социальных и этических норм (19%). Социальная структура советского общества и принципы организации, как правило, оцениваются положительно, настоящая же социальная реальность подвергается резкой критике: *15 причин вернуть наши 70-е.80-е! … Вот 15 причин, чтобы вернуть те* ***золотые годы***. *1. Образование.* ***Советское образование*** *было совершенно бесплатным и доступным абсолютно всем…* Критическая позиция по отношению к социальной структуре современного общества выражается в особой форме подачи информации. Как правило, это пост, совмещающий контрастирующую информацию. Например: 1) графическое изображение сопровождается вербальным сообщением, содержащим противоположную информацию (изображение документа советского периода о снижении цен с комментарием: *Правительство РФ предлагает* ***поднять*** *населению* ***тарифы*** *на газ, свет и ЖКХ*); 2) сложный графический объект, совмещающий контрастирующие изображения, как на рис. 3. Критическая позиция также проявляется в текстах, представляющих собой произведения народного творчества: *Добрый дедушка Мороз, борода из ваты,* ***Сделай всем в Кремле и в Думе Как у нас зарплаты****!*

Культурное пространство советского представлено советским кино (15%): *Не Рембо был нашим кумиром,* ***Штирлиц*** *героем был…*

Обсуждение вопросов **политики** также играет значительную роль в рамках исследуемого сообщества (13%), при этом примерно в равной мере уделяется внимание политикам советского государства (И.В. Сталин, Л.И. Брежнев) и ключевым политическим фигурам современности (В.В. Путин): *Владимир Владимирович* ***Путин***. *Лучший президент в мире! Это правда!!! Здоровья Вам!; Паразиты всегда ненавидят сильных руководителей, мешающих им устанавливать свои понятия в странах, выбранных для порабощения. Их не устраивают сильные личности, такие как* ***Сталин*** *или* ***Путин***. *Но они благосклонны к ничтожествам…*

Вместе с тем в этой же ленте размещаются материалы очевидно рекламного характера, например реклама косметических средств (10%). Любопытно, что в ленте размещается примерно равное количество постов (3%), посвященных советской космонавтике и религиозным артефактам – изображениям икон с призывом сделать репост для улучшения жизни.

Однако при общей позитивной оценке советского строя в рамках обсуждений отдельных тем наблюдаются оживленные дискуссии, связанные с оценкой фактов советской жизни. Чаще всего это посты, посвященные гастрономии: *От мне нравится, когда выложат в сеть фотографию* ***кефира в стеклянной бутылке*** *или там отвратной* ***водяры*** *с пробкой «чебурашка» и томно так припишут внизу «****а помнишь****?». …прекрасно* ***помню****! А многого вот* ***не помню****, хоть убей.* ***Помидорок свежих зимой*** *не помню.* Гастрономи-

ческие посты обычно вызывают оживленное обсуждение проблемы дефицита пищевых продуктов. Приведем один из комментариев: *OLGA (ОЛЕЙНИКОВА) ответила Tatjana 13:22: В нашем городе* ***сыр появился*** *только* ***в 1986 году****. Почему я должна говорить неправду, что он был?*

Обыкновенны случаи смены темы в процессе обсуждения. Например, тема национальных отношений, несмотря на позитивный зачин, сменяется обсуждением современных политических отношений между бывшими советскими республиками, центром которого становится Украина. Именно в обсуждениях вскрываются сложные проблемные моменты, связанные с осмыслением советского и как социального, и как политического строя. «Советская» тема для обсуждения, вводимая автором поста, порождает полилог, приводящий в итоге к обсуждению национальных, социальных проблем, проблем молодежи и т.п. Это позволяет сделать вывод, что для участников групп в «Одноклассниках» темы советского тесно связаны с современным состоянием России, они осмысляются через призму современных негативных событий.

Резюмируя наблюдения, можно сделать вывод, что пользователи этой социальной сети осмысляют «советское» в первую очередь как бытовую (в том числе материальную) и социальную реальность, противопоставленную современному состоянию по признакам «качественное/некачественное», «вкусное/невкусное», «гуманное/антигуманное» и под. Нужно отметить, что при преобладающей позитивной оценке «советского строя» наблюдаются и «оппозиционные» высказывания. Еще одной особенностью данного сообщества является парадоксальное сочетание негативной оценки современного общества, социально-политической ситуации и безусловно позитивного отношения к лидеру современной России.

Участники сообщества «СОВЕТСКИЙ_СОЮЗ_В_НАШЕМ_СЕРДЦЕ» социальной сети «ВКонтакте» проявляют значительно больший интерес к современной политике, нежели к «советскому». Большая часть обсуждений посвящена **политической тематике** (около 71% постов). При этом только 20% информации связано с политикой и политическими деятелями Советского государства, а политическим связям современной России посвящено 51% постов. В поле зрения участников попали следующие страны и регионы, упоминаемые непосредственно в названии тем: РФ, Украина, Белоруссия, Германия, США, КНР, КНДР, Япония, Южная Корея, Ливия и Кавказ (общая номинация). Наиболее обсуждаемая страна – Украина (4%). В фокусе внимания находятся в первую очередь события, связанные с Донецком и Луганском, внешне- и внутриполитические действия правительства Украины, которые, как правило, представляются в ироническом ключе: ***Украина*** *– флагман «европейской идентичности».* ***Киев*** *начинает учить Париж, Берлин и Варшаву уму-разуму...; Маршала Жукова разменяли на казака Бабуру. Официальный* ***Киев*** *радостно рапортует о шокирующих успехах декоммунизации.*

Отметим также, что обсуждение часто проходит в контексте военной проблематики: ***Япония*** *готова объявить* ***войну*** *России/* ***Война*** *в Ливии/ Холодная* ***война*** *с Белоруссией.* В целом темы, так или иначе связанные с поня-

тием войны, содержащие лексемы *война, оружие, вооруженный, армия, битва и др.,* составляет около 10%.

В рамках внутриполитической тематики обсуждаются идеология коммунизма и социализма, партии КПРФ и Единая Россия, выборы. Как и в случае с подобными обсуждениями в сообществе социальной сети «Одноклассники», наблюдается противопоставление двух периодов, двух политических систем (рис. 4).

Большое количество тем (31%) затрагивают личности политиков: В.В. Путина (13%), И.В. Сталина (11 %) и В.И. Ленина (3%), также есть отдельные темы о М.С. Горбачеве, Н.С. Хрущеве, Г.А. Зюганове, А.В. Колчаке.

Рис. 4. Пример поста в группе «СОВЕТСКИЙ_СОЮЗ_В_НАШЕМ_СЕРДЦЕ» (https://vk.com/club14407777)

Второй по частотности тематический блок – социальные проблемы (27%). В рамках этой проблематики аналогичным образом отмечается противопоставление социально-политических систем, причем реализуется оно через описание социальных проблем современной России. Например: ***Погружение в нездоровье****. В медицинском сообществе уже предупреждают, что* ***сокращение*** *объемов* ***бесплатной медицинской помощи*** *россиянам приведет к росту смертности и грозит массовыми протестами населения;* ***Бездомный*** *90-летний* ***ветеран ВОВ*** *умер в сарае под Волгоградом. Уже после смерти солдата-победителя оказалось, что о кошмарных условиях его жизни* ***власти не знали****.*

Кроме политических тем, обсуждаются **культура и наука** (8%). В отличие от анализируемых ранее сообществ рефлексия культурного наследия не

так широка, только 2% отдельных тем посвящены советскому театру, кинематографу и мультипликации.

Как уже было сказано выше, в большинстве тем СССР противопоставляется современная Россия: ***СССР И РОССИЯ/ СССР или РФ?/*** *Какая зарплата больше –* ***«российская» или «советская»****?*

Участники рассматривают возможность возвращения советского политического строя, что отражается в соответствующих темах (10%): *КАК* ***ВЕРНУТЬ*** *СССР-2 ЗА 5 ЛЕТ ?/ Как* ***возродить*** *Советский Союз?/ Советский Союз: приказано возродить!* и др. Как правило, для возрождения этого режима участники видят путь революции: *правительство ведет наш народ к краху! Спасти нас может* ***Революция****!/ чтобы добро в России победило, необходима социалистическая* ***революция****.* Интересно, что наряду с такими темами планирования в группе есть разделы, посвященные размышлениям о будущем, в основном они связаны с будущим России (1%): *Какое* ***будущее*** *у России? Новый союз или разруха.../* ***Прогноз*** *развития России до 2030 года. По какому пути пойдет наша великая держава?* При этом личные аспекты жизни не обсуждаются, будущее пристраивается в масштабах страны или мира, но не индивида.

Итак, в рамках социальной сети «ВКонтакте» «советское» осмысляется, прежде всего, как социально-политическое пространство, противопоставленное современному как идеальное. Пользователи этого сообщества последовательно оценивают советский строй как лучший из возможных и демонстрируют готовность вернуться к этому варианту социально-политического устройства. Несмотря на заявленную тематику, участники обсуждения в половине случаев обращаются к осмыслению современной политической ситуации в мире.

Заключение

Итак, исследование рефлексии «советского» в интернет-сообществах показало, что осмысление в отношении прошлого политического строя выражается в форме активного обсуждения его различных аспектов.

Анализ материалов форумов и социальных сетей позволил выявить сходные и различительные черты в понимании «советского».

Анализ презентаций интернет-сообществ показал, что пользователи социальных сетей, в отличие от участников форумов, более целенаправленны и категоричны в оценке «советского», сразу представляя этот строй как идеальный способ государственного устройства. В подаче информации в рамках сообщества также наблюдаются различия: преимущественно текстовой информации форумов противопоставлен синтез графических и вербальных средств в социальных сетях.

Содержательное осмысление «советского» пользователями социальных сетей и форумов различается в первую очередь тематически. Если участники форумов обсуждали проблемы личности, семьи, бытовые и социальные аспекты жизни в Советском Союзе, оценивая различные их проявления амбивалентно, то спектр проблем, обсуждаемых в сообществах социальных сетей, значительно шире и затрагивает не только советский период, но и современную социально-политическую реальность. Пользователи социальных сетей,

как правило, однозначны в оценке советского периода, формируя представление о нем как об идеальном государственном устройстве.

Однако при этом были выявлены различия в рефлексии «советского» и среди пользователей разных социальных сетей «ВКонтакте», «Одноклассники» и Facebook. Количественный анализ сообществ показывает, что наибольшую активность в организации сообществ, посвященных «советскому», проявляют пользователи социальной сети «Одноклассники», наименьшую – Facebook.

Контент-анализ текстов постов, размещенных в наиболее востребованных (по числу пользователей) сообществах каждой из исследуемых социальных сетей показывает, что на репрезентацию и рефлексию собственно «советского» ориентирована в большей степени группа Facebook – «СССР. Прекрасная страна, в которой мы жили». В меньшей степени «советское» представлено в группе «ВКонтакте» – «СОВЕТСКИЙ_СОЮЗ_В_НАШЕМ_СЕРДЦЕ» (https://vk.com/club14407777).

Сообщества разных социальных сетей различаются и тематической доминантой в рефлексии. Полагаем, что можно говорить об очевидной «культуроцентричности» группы Facebook – «СССР. Прекрасная страна, в которой мы жили», направленности на рефлексию бытовой (в том числе артефактной) и социальной реальности участников группы «Эх... Вернуться бы в СССР» (http://ok.ru/ok.sssr) социальной сети «Одноклассники», политикоцентричности пользователей, входящих в сообщество «СОВЕТСКИЙ_ СОЮЗ_ В_ НАШЕМ_СЕРДЦЕ» (https://vk.com/club14407777) «ВКонтакте». Пользователи социальных сетей «Одноклассники» и «ВКонтакте» последовательно проводят сопоставление социально-политического состояния дел в современной России и Советском Союзе, формируя идеальный образ «советского» по отношению к современности.

Таким образом, в аспекте тематического единства (советское) более близки к участникам форумов пользователи Facebook, в аспекте обсуждаемых проблем – пользователи сети «Одноклассники». И общее, что объединяет, пожалуй, все исследуемые сообщества, – это взгляд на «советское» через призму современного, позволяющий увидеть позитивные черты «советского» периода истории государства.

Литература

1. *Количество* пользователей интернета в России // Портал «Интернет в России и в мире» [Электронный ресурс]. URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151

2. *Cybercultures.* Critical concepts in media and cultural studies / ed. By D. Bell. Vol. 3. New York; London: Routledge, 2008. 471 p.

3. *Мишанкина Н.А.* Социальные нормы в Интернет-коммуникации: социолингвистический аспект // Гуманитарная информатика. 2013. № 7. С. 72–78.

4. *Трофимова Г.Н.* Языковой вкус интернет-эпохи в России (функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты) / Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам, Общество любителей российской словесности, Г.Н. Трофимова. 2-е изд., испр. и доп. М.: РУДН, 2009. 436 с.

5. *Maximova O.B.* Social aspects of internet communication: virtual community and communication personality // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Социология. 2011. № 1. С. 24–33.

6. *Дягилева Н.С., Журавлева Л.А.* Сущность социокультурной идентичности молодежи в среде интернет-коммуникации // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2009. № 42. С. 152–153.

7. *Калимуллин Д.Д.* Пространство интернет-коммуникаций как толерантная среда // Вестн. Казан. гос. ун-та культуры и искусств. 2009. № 1. С. 135–138.

8. *Морозова О.Н.* Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы // Политическая лингвистика. 2011. № 1. С. 156–161.

9. *Чепель (Флерчук) Ю.В.* Вербальные средства самопрезентации личности в интернет-коммуникации // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. 2008. № 85. С. 267–271.

10. *Мишанкина Н.А.* Дискурсивные картины интернет-коммуникации в восприятии адресатов // Картины русского мира: современный медиадискурс / З.И. Резанова, Л.И. Ермоленкина, Е.А. Костяшина и др.; ред. З.И. Резанова. Томск, 2011. С. 201–261.

11. *Кочеткова М.О., Тубалова И.В.* Динамика развития блога как жанра дискурса блогосферы: социолингвистический аспект // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2014. № 1 (27). С. 39–52.

12. *Barnes J.A.* Class and Committees in a Norwegian Island Parish // Human Relations. 1954. №7. P. 39–58.

13. *Алтухова Т.В.* Социальная компьютерная сеть «ВКонтакте»: жанровая характеристика // Вестн. Кем. гос. ун-та, 2012. № 4–3. С. 21–25.

14. *Евсюкова Т.В., Шилова Е.С.* Проблема самоидентификации языковой личности в социальных сетях // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер.: Русская филология. 2015. № 6. С. 8–15.

15. *Сафонова Т.В.* Особенности функционирования литературных прецедентов в социальных сетях (на примере поэтических сообществ социальной сети «ВКонтакте») // Изв. Регион. фин.-экон. ин-та. 2015. № 1 (7). С. 9.

16. *Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Синяков А.В.* Политическая субъектность пользователей социальных сетей в России: результаты всероссийского социологического исследования // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. 2015. № 2. С. 80–87.

17. *Крылова М.Н.* Способы выражения эмоций в социальных сетях // Филология и литературоведение. 2016. № 1 (52). С. 12–18.

18. *Советское* прошлое и культура настоящего: в 2 т. / отв. ред. Н.А. Купина, О.А. Михайлова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2009. Т. 1–2. (Труды Уральского МИОНа; вып. 21).

19. *Ностальгия* по советскому / отв. ред. З.И. Резанова. Томск: Изд-во Том. гос. ун-та, 2011. 514 с.

20. *Советское* как дискурсивный феномен: способы концептуализации прошлого: монография / под общ. ред. О.Л. Михалёвой. Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2013. 249 с.

21. *Мишанкина Н.А.* Родина или Совок?: Рефлексия «советского» образа жизни в виртуальном дискурсе // Ностальгия по советскому / отв. ред. З.И. Резанова. Томск, 2011. С. 126–139.

22. *Словарь* социолингвистических терминов // отв. ред. В.Ю. Михальченко. М.: Рос. акад. наук. Ин-т языкознания. Рос. акад. лингв. наук. 2006.

23. *Mirloy, L., Gordon M.* Sociolinguistics Method and interpretation. Oxford: Blackwell Publishing, 2003. 261 p.

24. *Социальные* сети в России, весна 2015. Цифры, тренды, прогнозы // BRAND ANALYTICS: Система мониторинга и анализа бренда в социальных медиа и СМИ [Электронный ресурс]. URL: http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy

25. *Broom L., Reece S.* Political and Racial Interest: A Study in Content Analysis // The Public Opinion Quarterly. 1995. Vol. 19, № 1. P. 5–19.

THE "SOVIET" IN REFLECTION OF ONLINE COMMUNITY USERS

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology. 2017. 47. 39–56. DOI: 10.17223/19986645/47/3

Nadezhda N. Zilberman, Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: zilberman@ido.tsu.ru

Natalia A. Mishankina, Tomsk Polytechnic University (Tomsk, Russian Federation); Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: mna@tpu.ru

Keywords: online communication, social networks, online communities, political reflection, Soviet Union.

The present article presents the comparative analysis of political reflections by web communities' participants – users of forums and social networks Vkontakte (https://vk.com), Odnoklassniki (https://ok.ru) and Facebook (https://www.facebook.com/).

The content analysis and methods of linguistic analysis allowed revealing the significant difference of reflection principles of the Soviet. The difference displays itself both in quantitative and qualitative aspects. The study of reflection of the phenomenon "Soviet" has shown that reflection in regard to the past political order is expressed in the form of active discussion of various manifestations of the Soviet.

The analysis of web community representations has shown that social networks users unlike forum participants are more purposeful and categorical in their evaluations of the Soviet, presenting this regime as an ideal way of state structure. There are also differences in information representation within communities: the textual information of forums is contrasted with a synthesis of graphic means and verbal language in social networks.

The comprehension of the 'Soviet' content by forum and social network users differs thematically. If forum participants were discussing the problems of personalities, families, social and domestic aspects of life in the Soviet Union evaluating its different representations in an ambivalent manner, a set of problems discussed by social network communities was rather vast and shifted towards present-day political and social problems. As a rule, social network users are quite certain in their characterization of the Soviet period imagining it as an ideal state structure by contrast with the present-day social and political situation.

However, we may notice the differences in reflection of the Soviet among social network users too. The qualitative analysis has shown that the most active in organizing communities among them are the users of the social network 'Odnoklassniki' and less active of Facebook. The communities of various social networks differ in the dominating idea in reflection. We believe that we may talk of evident "cultural centricity" of Facebook users, commitment to the reflection of domestic (including artefact) and social reality of participants of the social network "Odnoklassniki", political centricity of "Vkontakte" users. The users of social networks "Odnoklassniki" and "Vkontakte" sequentially compare the politico-social situation in present-day Russia and the Soviet Union, modeling an ideal image of "the Soviet" with respect to modern times.

Thus, in the context of thematic unity (the Soviet) Facebook users are closer to forum participants, in the context of problems discussed it is the users of "Odnoklassniki". And we suppose the common ground between all the studied communities is a focus on the "Soviet" from the perspective of the present-day situation allowing to reveal positive features of the Soviet period of the history of the state.

References

1. Internet v Rossii i v mire. (2017) *Kolichestvo pol'zovateley interneta v Rossii* [The number of Internet users in Russia]. [Online] Available from: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151.

2. Bell, D. (ed.) (2008) *Cybercultures. Critical concepts in media and cultural studies.* Vol. 3. New York, London: Routledge.

3. Mishankina, N.A. (2013) Social norms in the Internet-communication: sociolinguistic aspect. *Gumanitarnaya informatika – Humanitarian Informatics.* 7. pp. 72–78. (In Russian).

4. Trofimova, G.N. (2009) *Yazykovoy vkus internet-epokhi v Rossii (funktsionirovanie russkogo yazyka v Internete: kontseptual'no-sushchnostnye dominanty)* [The language taste of the Internet era in Russia (the functioning of the Russian language on the Internet: conceptual-essential dominants)]. 2nd ed. Moscow: RUDN.

5. Maximova, O.B. (2011) Social aspects of internet communication: virtual community and communication personality. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sotsiologiya – Bulletin of the Russian University of Peoples' Friendship. Series: Sociology.* 1. pp. 24–33.

6. Dyagileva, N.S. & Zhuravleva, L.A. (2009) Sushchnost' sotsiokul'turnoy identichnosti molodezhi v srede internet-kommunikatsii [The essence of the socio-cultural identity of youth in the Internet communication environment]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – CSU Bulletin.* 42. pp. 152–153.

7. Kalimullin, D.D. (2009) Prostranstvo internet-kommunikatsiy kak tolerantnaya sreda [The space of internet communications as a tolerant environment]. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv – Bulletin of Kazan State University of Culture and Arts.* 1. pp. 135–138.

8. Morozova, O.N. (2011) Politicheskaya internet-kommunikatsiya: ee rol', funktsii i formy [Political Internet communication: its role, functions and forms]. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics.* 1. pp. 156–161.

9. Chepel' (Flerchuk), Yu.V. (2008) Verbal'nye sredstva samoprezentatsii lichnosti v internet-kommunikatsii [Verbal means of self-presentation of personality in Internet communication]. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena – Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*. 85. pp. 267–271.

10. Mishankina, N.A. (2011) Diskursivnye kartiny internet-kommunikatsii v vospriyatii adresatov [Discursive images of Internet communication in the perception of addressees]. In: Rezanova, Z.I. (ed.) *Kartiny russkogo mira: sovremennyy mediadiskurs* [Images of the Russian world: a modern media discourse]. Tomsk: ID SK-S.

11. Kochetkova, M.O. & Tubalova, I.V. (2014) Development of the blog as a genre of the blogosphere discourse: the sociolinguistic aspect. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal of Philology*. 1 (27). pp. 39–52. (In Russian).

12. Barnes, J.A. (1954) Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*. 7. pp. 39–58.

13. Altukhova, T.V. (2012) Social computer network "Vkontakte": genre characterisation. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of the Kemerovo State University*. 4–3. pp. 21–25. (In Russian).

14. Evsyukova, T.V. & Shilova, E.S. (2015) Problema samoidentifikatsii yazykovoy lichnosti v sotsial'nykh setyakh [The problem of self-identification of the language personality in social networks]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Russkaya filologiya*. 6. pp. 8–15.

15. Safonova, T.V. (2015) Osobennosti funktsionirovaniya literaturnykh pretsedentov v sotsial'nykh setyakh (na primere poeticheskikh soobshchestv sotsial'noy seti "Vkontakte") [Features of the functioning of literary precedents in social networks (on the example of the poetic communities of the social network "Vkontakte")]. *Izvestiya Regional'nogo finansovo-ekonomicheskogo instituta*. 1 (7). pp. 9.

16. Brodovskaya, E.V., Dombrovskaya, A.Yu. & Sinyakov, A.V. (2015) Politicheskaya sub"ektnost' pol'zovateley sotsial'nykh setey v Rossii: rezul'taty vserossiyskogo sotsiologicheskogo issledovaniya [Political subjectivity of social network users in Russia: the results of the all-Russian sociological research]. *Lokus: lyudi, obshchestvo, kul'tury, smysly*. 2. pp. 80–87.

17. Krylova, M.N. (2016) Sposoby vyrazheniya emotsiy v sotsial'nykh setyakh [Ways of expression of emotions in social networks]. *Filologiya i literaturovedenie*. 1 (52). pp. 12–18.

18. Kupina, N.A. & Mikhaylova, O.A. (ed.) *Sovetskoe proshloe i kul'tura nastoyashchego: v 2 t.* [Soviet past and culture of the present: in 2 vols]. Ekaterinburg: Ural State University.

19. Rezanova, Z.I. (ed.) (2011) *Nostal'giya po sovetskomu* [Nostalgia for the Soviet]. Tomsk: Tomsk State University.

20. Mikhaleva, O.L. (ed.) (2013.) *Sovetskoe kak diskursivnyy fenomen: sposoby kontseptualizatsii proshlogo* [Soviet as a discursive phenomenon: the ways of conceptualizing the past]. Irkutsk: Irkutsk State University.

21. Mishankina, N.A. (2011) Rodina ili Sovok? Refleksiya "sovetskogo" obraza zhizni v virtual'nom diskurse [Homeland or Sovok? Reflection of the "Soviet" way of life in virtual discourse]. In: Rezanova, Z.I. (ed.) *Nostal'giya po sovetskomu* [Nostalgia for the Soviet]. Tomsk: Tomsk State University.

22. Mikhal'chenko, V.Yu. (ed.) (2006) *Slovar' sotsiolingvisticheskikh terminov* [Dictionary of sociolinguistic terms]. Moscow: Russian Academy of Sciences, Institute of Linguistics; Russian Academy of Linguistic Sciences.

23. Mirloy, L. & Gordon, M. (2003) *Sociolinguistics Method and Interpretation.* Oxford: Blackwell Publishing.

24. BRAND ANALYTICS. (2015) *Sotsial'nye seti v Rossii, vesna 2015. Tsifry, trendy, prognozy* [Social networks in Russia, spring 2015. Figures, trends, forecasts]. [Online] Available from: http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy.

25. Broom, L. & Reece, S. (1995) Political and Racial Interest: A Study in Content Analysis. *The Public Opinion Quarterly*. 19:1. pp. 5–19.