

НЕФОРМАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И СТУДЕНЧЕСКАЯ МОЛОДЕЖЬ

Е. Ю. Красова, А. Э. Мартынова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 28 августа 2015 г.

Аннотация: *представлен анализ результатов социологического исследования общественного мнения студентов г. Воронежа о роли неформальной коммуникации в их жизни. Охарактеризованы особенности восприятия студентами слухов, сплетен и анекдотов.*

Ключевые слова: *неформальная коммуникация, слух, сплетня, анекдот.*

Abstract: *an analysis of the results of a sociological investigation of the public opinion on the role of non-formal communication in the life of Voronezh students has been presented. The students' perception peculiarities of rumors, gossips and anecdotes have been characterized.*

Key words: *non-formal communication, rumor, gossip, anecdote.*

Едва ли в человеческом общении найдутся столь противоречивые феномены, как слухи, сплетни и анекдоты – распространенные виды неформальной коммуникации. Люди не признаются, что пользуются слухами, отрицательно оценивают сплетни, не относятся к анекдотам как к серьезной информации об окружающем их мире. Вместе с тем негативное или пренебрежительное отношение массового сознания сопровождается широким бытованием многих видов неформальной коммуникации в межличностном взаимодействии.

Емкое и глубокое понимание природы неформальной коммуникации было предложено А. В. Дмитриевым и И. В. Макаровой. Это «движение информации в социальном пространстве и времени в неформальной обстановке, характеризующейся, прежде всего, снижением уровня социального контроля» [1, с. 30]. К ней ученые отнесли широкий спектр коммуникативных явлений:

- слухи, сплетни, толки, пересуды, байки, молва – неформальные элементы общественного мнения;
- дезинформация, ложь, обман, доносы, наговоры, клевета, поклеп и наушничанье – фальсифицирующие элементы;
- домыслы и догадки – интерпретативные элементы;
- поверья, легенды и мифы – фольклорно-ментальные элементы;
- публичные дискуссии, переговоры, скандалы – публичные элементы;
- сатира, ирония, афоризмы, комедии, анекдоты, частушки, насмешки, шутки – сатирические элементы;
- граффити, шаржи, карикатуры – графические элементы.

Авторы настоящей статьи сосредоточили свое внимание на выявлении особенностей использования неформальной коммуникации воронежскими студентами. Спектр изучаемых видов был сужен: мы остановились на тех из них (слухах, сплетнях и анекдотах), с которыми студенческая молодежь гипотетически сталкивается чаще всего, а также лучше осознает суть подобной коммуникации¹. Среди задач эмпирического исследования были: а) определение отношения испытуемых к официальным и неофициальным источникам информации; б) выявление локализации слухов, сплетен и анекдотов; в) очерчивание целевой и содержательной сторон данных видов циркулирующей коммуникации; г) изучение социального потенциала слухов, сплетен и анекдотов в оценках студенческой молодежи г. Воронежа.

Весной 2015 г. был проведен массовый опрос (240 респондентов). Использовалась многоступенчатая выборка, признаками которой выступили вуз, факультет (гуманитарный, естественно-научный и технический) и курс (младший, старший). Опрошены студенты трех университетов: классического (ВГУ), политехнического (ВГТУ) и строительного (ВГАСУ). Анализ и обработка полученных данных проводились с помощью программы SPSS Statistics Base 17.0.

Изучение роли слухов, их разновидностей – сплетен и анекдотов – обеспечивает социологов и психологов ценными данными о состоянии и динамике социально-психологической реальности [2, с. 84], в

¹ Несмотря на тот факт, что для исследования были отобраны распространенные виды неформальной коммуникации, часть респондентов испытывала затруднение в выражении своего мнения и оценок – до 15–17 % не ответивших на сложные вопросы анкеты. Это неудивительно: слухи и сплетни относятся к девиантным формам межличностной коммуникации, социальной нормой считается их осуждение.

случае нашего исследования – их роли в жизни студентов. Слух выступает специфическим видом внеличностной коммуникации, отражающим общественное мнение и настроение, стереотипы, установки, и представляет собой искаженную, эмоционально окрашенную информацию. Сплетничанье как вид коммуникативной деятельности в микрогруппе можно интерпретировать как неформальное оценочное взаимодействие в отношении отсутствующих лиц на основе общей приверженности собеседников неким социальным установлениям и сложившимся групповым нормам [3, с. 119]. Типичными признаками сплетен являются сосредоточенность на частной сфере жизни, новостной характер информации, локализация обсуждаемых лиц пределами непосредственного повседневного окружения собеседников. Важно, что эта форма социального информационного обмена поддерживает единство в группе, ее ценности и нормы.

Слухи и сплетни образуют ряд информационно-выразительных средств общения – шутки, прибаутки, пословицы и поговорки, анекдоты. Анекдот – краткий смешной рассказ о социально-политической ситуации, поведении и чертах характера представителя какой-либо социальной группы или общественного персонажа. Анекдот отличается намеренной гипертрофией тех или иных черт и ситуаций, вплоть до их полной абсурдизации, что обычно способствует выявлению и запоминанию значимых сторон действительности. Анекдот является необходимым звеном социализации, способствует структурированию и организации эмоционального интеллекта человека.

По своему смысловому содержанию выделяются пять основных типов анекдотов [4, с. 133]:

- 1) персонифицированные (о конкретных личностях);
- 2) институциональные (о социальных институтах образования, политических партиях, государственной структуре, особенностях устройства общества);
- 3) идеологизированные (о политических идеях, лозунгах);
- 4) ментальные (о менталитете народа, особенностях национального характера);
- 5) ситуационные (о жизненных ситуациях, потрясениях и кризисах).

Социально-психологический ракурс нашего исследования побуждает сформулировать функции рассматриваемых видов неформальной коммуникации на основе идей Д. В. Ольшанского и Д. С. Горбатова [5, с. 287–289; 6, с. 17–22]. Функционально слухи, сплетни и анекдоты направлены на удовлетворение потребностей индивида:

- в познании (осмысление ситуации, получение и распространение значимой информации);
- сплочении или разобщении с другими (определение различий между «своими» и «чужими»);

- социальном контроле (опосредованное контролирование ближайшего окружения и властной элиты);

- креативности (использование воображения и фантазии, иронии, юмора и сарказма);

- самоутверждении (сохранение собственной высокой самооценки, подтверждение своей Я-цепочки);

- психологической защите (релаксация, избавление от неопределенности);

- игре (развлечение);

- манипулировании (скрытое управление другими людьми).

Какая бы оценка ни была распространена в социуме о целях использования в общении слухов и сплетен, от открытого осуждения до скрытой приверженности, они, как, впрочем, и анекдоты, нужны для заполнения различных социально-психологических ниш. «Информационные процессы такого рода, – пишет Д. В. Ольшанский, – это особый пласт человеческого общения и, шире, всей человеческой культуры, существующий и развивающийся совершенно независимо от нашего к нему отношения» [4, с. 289].

Среди самых важных коммуникативных характеристик неформальной коммуникации выделяется самотранслируемость. Г. Г. Почепцов так объясняет свойство самотранслируемости [7, с. 281–283]. Во-первых, в слухах и анекдотах содержится информация, являющаяся зоной умалчивания СМИ. Во-вторых, в них аккумулируется коллективное бессознательное, архитепическое, как ответ на тревожные ожидания. В-третьих, они соответствуют общественным желаниям и настроениям. Ясно, что широта использования слухов, сплетен и анекдотов в повседневном общении студентов будет иметь базовой основой дефицит или недостоверность информации о процессах и явлениях действительности, об интересных для них людях. Поэтому прежде всего мы поинтересовались степенью удовлетворенности студенческой молодежи полнотой и правдивостью информации, которая публикуется и передается через средства массовой информации. Оказалось, что 37,4 % респондентов удовлетворены в той или иной степени, в то время как 47,6 % являются неудовлетворенными. Неудовлетворенность возрастает у старшекурсников. Индекс удовлетворенности составил – 0,085². В диапазоне «высокая удовлетворенность – низкая удовлетворенность – неудовлетворенность» это означает, что в целом студенты ощущают вакуум, связанный с нормативными, общедоступны-

² Индекс удовлетворенности был рассчитан по формуле: $I = (a(+1) + b(+0,5) + c(0) + d(-0,5) + e(-1)) / n$. Значение индекса – в интервале от –1 до +1 (отрицательное; 0 – нейтральное; положительное).

ми официальными источниками информирования. Один из участников опроса полагает, что и «в СМИ – всё слухи» (мужчина, ВГУ, факультет компьютерных наук, 4 курс).

В то же время опрошенные студенты разделились на две группы в зависимости от отношения к слухам и сплетням. Большая часть (65 %) считает анонимность неэффективной: официальный источник ассоциируется с объективностью информации. В то же время 17,5 % находят информацию, которая передается через слухи и сплетни, интересной и полезной.

Чаще всего со слухами и сплетнями студенты сталкиваются в Интернете (40 %), кругу сверстников (37,2 %), СМИ (21,3 %). В семье подобная коммуникация не получила распространения (1,5 %). Встречались и такие ответы:

– «в маршрутке» (мужчина, ВГУ, факультет компьютерных наук, 4 курс);

– «в общественных местах» (женщина, ВГУ, исторический факультет, 3 курс);

– «в общаге» (мужчина, ВГАСУ, факультет инженерных систем в строительстве, 3 курс);

– «везде, так как практически никто не знает, как на самом деле» (мужчина, ВГУ, физический факультет, 1 курс);

– «я сам распространяю слухи» (мужчина, ВГУ, физический факультет, 4 курс).

Какого рода информация содержалась в слухах и сплетнях, с которыми сталкивались студенты? Обратимся к табл. 1, где тематика проранжирована.

Т а б л и ц а 1

Содержание слухов и сплетен, с которыми сталкивались студенты, %

Ранговое место	Содержание	Процент
1	О нашествии общественных событиях	26,0
2	О звездах эстрады и шоу-бизнеса	20,5
3	О людях из близкого окружения	16,3
4	Об известных политиках	14,8
5	О повседневной, бытовой жизни	12,3
6	Об экономических проблемах	10,1

Как видно, циркулирующая информация, вызывающая интерес студенческой молодежи, концентрируется вокруг острых социально-политических ситуаций и звезд сцены. Четвертая часть уделяла внимание информации о ближайшем окружении и повседневности. Лишь десятой части запомнилась экономическая проблематика. Были и оригинальные высказывания: «о знакомых людях», «о спортсменах», «о хохлах», «об Украине», «о преподавателях и экзаменах». Одна из участниц опроса привела в пример конкретный слух, который она слышала: «Путин умер в 2006 от рака позвоночника, сейчас правят его двойники» (женщина, ВГАСУ, факультет экономики, менеджмента и инженерных технологий, 3 курс).

В целом, содержательных оценок неформальной коммуникации в студенческих интерпретациях было мало. Практически все они принадлежали студентам ВГУ. Предполагаем, что воронежские студенты не задумываются о природе этой коммуникации, считая ее «теневого» или даже экстремальной. Малая осознанность сочетается с немалой степенью погружения в коммуникативное пространство слухов и сплетен.

Люди обмениваются не только слухами и сплетнями, но и анекдотами. Мы поинтересовались у наших респондентов мотивацией этого явления. Выяснилось, что в основном их рассказывают, чтобы

развеселить компанию (54,7 %). Именно в дружеской компании или во время учебы ими и обмениваются – 68,7 %. Лишь около трети участников опроса считают, что через юмор передается важная информация, которая позволяет понять сложные проблемы общественной жизни.

В содержании анекдотов, распространенных в студенческой среде, преобладает национально-этническая (24,3 %), резонансно-ситуационная (19,9 %) и профессиональная (16,4 %) проблематика. Кроме того, рассказываются анекдоты об известных людях, о семье и сексуальных отношениях, но их количество незначительно.

В ходе исследования важно было понять, как респонденты представляют целевую направленность слухов, сплетен и анекдотов. Мы предположили, что поскольку имеет место тенденция к общественному осуждению, то будет сложно получить достоверную информацию о скрытых мотивах неформальной коммуникации. Поэтому использовались проективные техники, позволяющие обойти психологическую защиту испытуемых.

Во-первых, студенты оценивали социальную направленность слухов и сплетен. Им было предложено выбрать концовку предложения «Слухи и сплетни нужны, чтобы...». Результаты представлены на рис. 1.

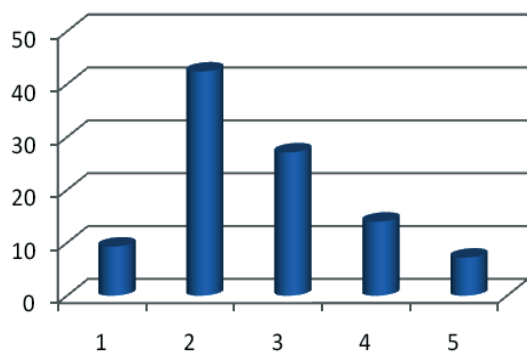


Рис. 1. Мнение воронежских студентов о назначении слухов и сплетен, %

- 1 Помочь разобраться в происходящем – 9,3 %
- 2 Манипулировать сознанием людей – 42,4 %
- 3 Удивлять и развлекать – 27,1 %
- 4 Намеренно причинить вред – 14 %
- 5 Отличить «своих» от «чужих» – 7,2 %

Большинство выделило аспект манипулирования общественным мнением и намеренного причинения вреда (56,4 %). В этом убеждены студенты ВГУ (их практически в два раза больше, чем студентов ВГТУ и ВГАСУ). Так, студент 4 курса физического факультета ВГУ жестко выразился – «неформальные коммуникации способствуют манипулированию жалкими двуногими созданиями». Чуть более четвертой части опрошенных говорят о развлекательном характере такого рода коммуникации. Наконец, менее десятой части указывают на позна-

вательные характеристики. Было и такое суждение: «Слухи могут поднять настроение, если они никого сильно не обижают и не задевают» (женщина, ВГТУ, факультет энергетики и систем управления, 1 курс).

Во-вторых, студенты оценивали индивидуальную направленность слухов и анекдотов. Зачем они их выслушивают и передают? Чтобы прояснить этот вопрос, мы предложили респондентам завершить мысль. В табл. 2 приведены оригинальные высказывания респондентов, разбитые по категориям.

Таблица 2

«Слухи и анекдоты, услышанные мною, дают возможность...», %*

Функциональная направленность	Удельный вес, %
1	2
Развлечение	39,4
«Развеселиться, почувствовать себя раскрепощенными», «отвлечься от учебы», «посмеяться или удивиться», «перестать грустить и поржать от души», «смеяться над действительностью», «использовать их для общения и развлечения», «анекдоты запоминаю для юмора», «повеселиться, когда не о чем поговорить» и др.	
Осмысление реальности	19,4
«Найти правду, истину», «задуматься, поразмыслить», «подумать о жизни», «понять, что в нашем мире очень много слухов и анекдотов», «анализировать информацию и сделать какой-либо вывод», «анализировать ситуации», «узнать одну из точек зрения по какой-то проблеме», «сделать выводы о происходящих событиях», «принять правильное решение», «посмотреть на мир с другой стороны», «пересмотреть свои взгляды на важные вещи», «узнать что-то новое», «узнать разные мнения», «проверить их правдивость», «получить информацию», «подумать о цели высказанного анекдота», «сделать определенные выводы о событиях, о которых говорится в слухе» и др.	
Релаксация, психологическая защита	17,0
«Поднять, изменить настроение», «поднять настроение себе и окружающим», «отвлечься от учебы», «отвлечься от повседневных забот», «отвлечься от грустных мыслей», «отвлечься от рутинной жизни», «расслабиться», «забыть что-то важное, запомнив слух или анекдот» и др.	
Коммуникация	14,7
«Поддержать разговор», «рассказать их другим людям», «разрядить обстановку в дружеской компании», «обсудить какую-либо тему, поддержать беседу», «развеселить компанию, друзей», «общение с друзьями», «пообщаться», «узнать разные мнения», «обменяться ими с другими людьми», «получить повод для общения», «обсудить сказанное», «улыбаться и видеть улыбку других» и др.	

1	2
Диагностика личности	12,4
«Сделать определенные выводы относительно людей, из чьих уст исходит слух», «сделать вывод о людях», «оценить интеллектуальные способности и личностные особенности тех, кто их рассказывает», «понять, чем интересен рассказчик», «подумать над тем, стоит ли мне общаться с тем человеком, про которого я слушала слухи и от которого я их услышала», «изменить отношение к человеку», «понять о человеке больше – не о том, о ком идет речь, а о том, из уст которого звучит слух», «лучше разобраться в людях, рассказывающих их», «узнать человека и понять его сущность», «лучше узнать человека, который рассказывает мне эти слухи и анекдоты», «узнавать людей с разных сторон», «понять, плохой или хороший человек», «разочароваться в человеке», «удивиться отношению людей по отношению друг к другу», «понять, чем интересуется рассказчик», «узнать что-либо новое о человеке, которого я знаю, возможно, сделать о нем определенные выводы (на мое усмотрение)», «рассмотреть человека с разных сторон (чувство юмора, уместность, общительность)» и т.д.	
Самоутверждение	4,1
«Пополниться моей копилке слухов и анекдотов», «развиваться», «быть услышанными из моих уст», «быть собою» и др.	

* Итоговый результат больше 100 %, так как одно суждение могло содержать две и более функции.

В оценках студентов выделились три блока потенциальных возможностей слухов, сплетен и анекдотов: коммуникативный (развлечение и общение – 54,1 %), интеллектуальный (осмысление реальности и диагностика личности – 31,2 %), внутриличностный (релаксация и самоутверждение – 21,1 %). Надо заметить, что во втором случае разброс характеристик в устах респондентов был богаче, нежели чем при акцентировании их развлекательно-игровой или защитной функций. Там высказывания отличались однообразием и банальностью. Это одна из скрытых ролей неформальной коммуникации: студенты не

вовне осознают ее серьезный информационно-познавательный потенциал, предполагая, что главный ее механизм – способствовать эффективному общению и развлечению. Первокурсник ВГТУ категорически убежден: «Слухи и анекдоты не дают никакой возможности». Первокурсница ВГУ считает, что «слухи и анекдоты побуждают сделать неверные выводы». Студентка 4 курса из ВГАСУ находит, что благодаря неформальной коммуникации «можно запомнить слова, которые применишь в жизни».

Соответственно было интересно узнать, как сплетни влияют на коммуникацию (рис. 2).

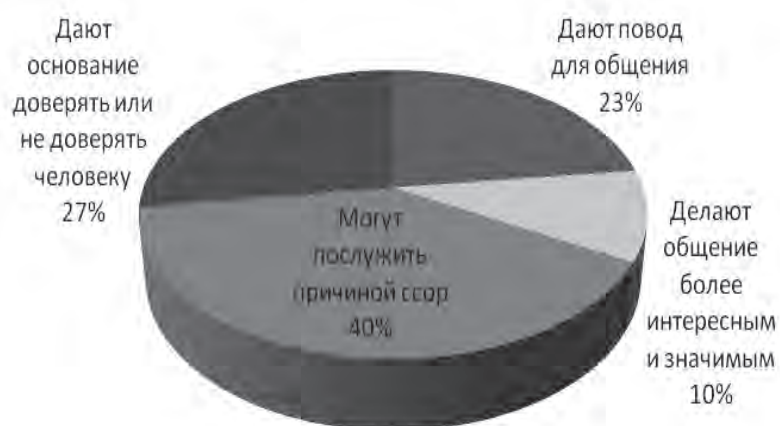


Рис. 2. Влияние сплетен на общение людей в оценках воронежских студентов, %

Удивительно, что 60 % респондентов отмечают конструктивную сторону сплетничанья, которое стимулирует общение, позволяет проверить доверительность отношений и делает саму коммуникацию интересной. В то же время 40 % опрошенных видят

негативную сторону, связанную с деструкцией. «Вносят разлад и непонимание», – написал студент 3 курса исторического факультета ВГУ.

Большинство студентов сами, время от времени, рассказывают анекдоты, однако характерной комму-

никацией это является лишь для пятой части. Вспомнить понравившийся анекдот сумели чуть больше трети. Ниже представлена их тематика, проранжированная по удельному весу припоминания, а также приводятся оригинальные образцы студенческого юмора.

1. Об известных персонах (29,0 %).

Звонит Барак Обама Владимиру Путину и говорит: «У меня тут проблема, боюсь, моя партия проиграет выборы в Конгресс». Путин отвечает: «Не переживай, у меня есть человек по фамилии Чуров, все сделает как надо». Через некоторое время Путин спрашивает у Обамы: «Ну как дела?». Обама: «Не поверишь, у меня во всех списках с небольшим перевесом победила «Единая Россия» (женщина, ВГУ, исторический факультет, 3 курс).

Только жена Черчилля по-настоящему знала, что такое синий Винстон (мужчина, ВГУ, факультет компьютерных наук, 2 курс).

2. О гендерных отношениях (семейных, сексуальных) (20,5 %).

Блондинки не такие уж и дуры, как хотелось бы (мужчина, ВГТУ, инженерно-экономический факультет, 3 курс).

– Свет мой, зеркальце, скажи, да всю правду доложи, я ль на свете всех милее, всех румяней и белее?

– Ну, ты самая духовно богатая. Пока все (женщина, ВГАСУ, архитектурный факультет, 1 курс).

3. Об образовательной и профессиональной сферах (13,3 %).

– Дайте мне x^2+4y помидоров и $2(x^2+8xy^3)$ картофеля, пожалуйста.

– Молодой человек, я не понимаю.

– Мне плевать, я учился не напрасно (мужчина, ВГУ, физический факультет, 4 курс).

– Похоже, в нашей конторе грядут серьезные перемены.

– С чего ты взял?

– Сегодня мониторил истории поисковых запросов, так вот: наш главный бухгалтер искал «Уголовный кодекс РФ», «органические яды», «как спрятать тело» и «климат Магадана» (мужчина, ВГТУ, радиотехнический факультет, 4 курс).

4. О межэтнических отношениях и национальном характере народов (10,0 %).

В аду стоят три котла. У первого много чертей. У второго один. У третьего никого. Первый котел для евреев, потому что один вылезет и всех за собой вытащит. Второй для украинцев, вылезет один – вытащит с собой свою семью. А третий – для русских, так как даже если один и вылезет, остальные его все равно затащат обратно» (мужчина, ВГУ, физический факультет, 1 курс).

Поймал страшный людоед троих: русского, немца и француза. Говорит: «Я вас съем». Те взмолились, типа не ешь нас. Он: «Ладно, дам вам задание, кто справится, того отпущу». Дал им по два железных шара и говорит: «Кто меня удивит, того отпущу». Запер их в отдельные комнаты без окон и дверей. Через некоторое время заходит к немцу. Тот берет один шар, кладет на палец, сверху кладет второй. Они лежат и не падают. Людоед: «Как сделал?» Немец: «Всё просчитал с немецкой точностью». Людоед: «Молодец». Заходит к французу. Тот на одной ноге прыгает, один шарик на голове крутится, второй по рукам кагаается. Людоед: «Нормально». Идет к русскому. Через полчаса возвращается к немцу и французу и говорит: «Извините мужики, я должен вас съесть». Те хором: «А что русский-то сделал?». Людоед: «Да он один шарик сломал, второй потерял!» (мужчина, ВГУ, юридический факультет, 1 курс).

Остальные образцы студенческого юмора были посвящены человеческим слабостям и привычкам, животным, политической и экономической ситуации и т.д.

Надо заметить, что анекдоты, предложенные студентами, в основной своей массе не отличались ни богатством содержания, ни тонким юмором. Зачастую в них использовалась ненормативная или околонормативная лексика, многие граничили с пошлостью. Студент 3 курса исторического факультета ВГУ в ответ на просьбу интервьюера вспомнить понравившийся анекдот, написал: «Лучше не стоит». Создалось впечатление, что этот фольклорный жанр не является сферой интереса студенческой молодежи. Вот некоторые высказывания: «все анекдоты безвкусные и тупые», «гораздо смешнее, когда кто-то спонтанно шутит», «в последнее время крайне редко слышу анекдоты», «анекдоты не мой конек, специализируюсь по историям», «никогда не запомнил их».

Типичными студенческими примерами стали «колобок повесился», «лысый расческу потерял», «муха – маленькая птица», «Буратино утонул», а также те, которые можно рассмотреть как детские веселые рассказы:

Говорят, что зев настолько заразен, что ты сейчас зевнешь (женщина, ВГАСУ, факультет инженерных систем в строительстве, 2 курс).

Проснулся рано утром и думаю: «встану, горы сверну». Повернулся на другой бок: «Зачем в природу вторгаться, пусть стоят» (женщина, ВГАСУ, факультет инженерных систем в строительстве, 2 курс).

Штирлиц топил печку, через несколько минут печка утонула (мужчина, ВГУ, исторический факультет, 3 курс).

Стоят два сапога, особенно левый (мужчина, ВГУ, факультет компьютерных наук, 4 курс).

Иногда вместо анекдота предлагалось поучительное высказывание:

При выбросе хлама главное – не начать его рассматривать (женщина, ВГТУ, радиотехнический факультет, 2 курс).

Самые большие проблемы в жизни мужчины начинаются со слов женщины: «Я тут подумала...» (мужчина, ВГУ, физический факультет, 4 курс).

Наблюдается тенденция к черному юмору:

Ребенок: «Папа, в стране кризис, денег у нас мало стало. Ты будешь меньше пить?» На что отец отвечает: «Нет, сынок, ты будешь меньше есть» (женщина, ВГТУ, инженерно-экономический факультет, 1 курс).

Едут Чапаев и Петька в карете, песни поют. Петька: «Василий Иванович, у меня нога попала в колесо...» Чапаев: «Отличная песня». И поет: «Нога попала в колесо. ОО!» (мужчина, ВГУ, физический факультет, 1 курс).

Судя по всему, в изменившейся социокультурной ситуации, интернетизации и сетевой коммуникации, когда анекдот получил распространение в письменной форме, он утратил свой привлекательный колорит. Эффективная его устная форма связана с использованием ярких невербальных сигналов рассказчика и эмоциональными откликами слушателей. Исследователи, по словам Т. В. Тарасенко, заговорили о близкой смерти этого жанра [8, с. 78].

Ведущие российские социологи, филологи и культурологи назвали десять главных героев анекдотов, распространенных в России. Это глава государства, Вовочка, гаишник, теща, новый русский; американец, француз, русский; соседи: грузин, украинец, эстонец; еврей [9].

Согласно опросу Института общественного мнения по г. Воронежу «Квалитас», любимыми персонажами анекдотов воронежцев являются Вовочка, новые русские, Штирлиц и Чапаев [10, с. 20]. Среди персоналий, которые упоминались в студенческих анекдотах, действительно, чаще всего фигурировали Чапаев с Петькой и Вовочка. Встречались анекдоты о В. Путине, Б. Обаме, Штирлице, поручике Ржевском, Черчилле, Петросяне и др. Этнический сюжет представляли русские, украинцы, евреи, французы, немцы и арабы. Отсутствовали в качестве героев студенческого юмора гаишник, теща и новый русский.

Очевидно, что в настоящее время изменилась социальная и информационная обстановка: резко возрос объем информации, она отличается слабой структурированностью, преобладает интернет-

коммуникация. В этих условиях воронежские студенты хотя и довольно скептически относятся к неформальной коммуникации, все же рассматривают слухи, сплетни и анекдоты как средства активного контакта между людьми, получения информации о злободневных событиях. Критичность не исключает прагматический подход к их использованию для разрешения противоречий межличностного общения, выражения эмоций и примирения с внешним миром с помощью стабилизации внутреннего состояния. Однако комический эффект анекдотов в студенческой среде снижен, недооценивается его способность к конструированию системы социальных представлений. В результате в студенческих оценках потенциал слухов, сплетен и анекдотов заключается прежде всего в их коммуникативных возможностях – развлечении и общении, в меньшей степени – в диагностике окружающей действительности и людей, а также в снятии стрессовых состояний. Выражаются опасения по поводу роли слухов и сплетен в манипуляции общественным мнением.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дмитриев А. В. Неформальная коммуникация: очерки теории и практики / А. В. Дмитриев, И. В. Макарова. – М.: Современная гуманитарная академия, 2003. – 167 с.
2. Социальная психология. Словарь / под ред. М. Ю. Кондратьева. – М.: ПЕР СЭ, 2005. – 176 с.
3. Горбатов Д. С. Сплетничанье как элемент мелкогруппового общения / Д. С. Горбатов // Социол. исслед. – 2009. – № 1. – С. 119–127.
4. Шмелева Е. Я. Русский анекдот: текст и речевой жанр / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев. – М.: Языки славянской культуры. – 2002. – 341 с.
5. Ольшанский Д. В. Психология масс / Д. В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2001. – 368 с.
6. Горбатов Д. С. Функции слухов в социальной среде / Д. С. Горбатов // Ученые записки Санкт-Петербургского гос. ин-та психологии и социальной работы. – 2014. – № 1. – С. 17–22.
7. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2002. – 352 с.
8. Тарасенко Т. В. Анекдот сквозь призму Интернета / Т. В. Тарасенко // Вестник Новгород. ун-та. – 2009. – № 52. – С. 78–81.
9. Андреева О. 10 главных героев анекдотов / О. Андреева, Г. Тарасевич. – Режим доступа: http://expert.ru/russian_reporter/2008/28/geroi_anekdotov/
10. Квалитас: Бюллетень института общественного мнения по г. Воронежу. – 2011. – № 7. – 24 с.

*Воронежский государственный университет
Красова Е. Ю., кандидат исторических наук, доцент
кафедры социологии и политологии
E-mail: soc@hist.vsu.ru
Тел.: 8 (473) 221-27-43*

*Мартынова А. Э., независимый исследователь
E-mail: alina07111@rambler.ru
Тел.: 8-905-050-43-88*

*Voronezh State University
Krasova E. Yu., Candidate of Historical Sciences,
Associate Professor of the Sociology and Political Science
Department
E-mail: soc@hist.vsu.ru
Tel.: 8 (473) 221-27-43*

*Martynova A. E., Independent Investigator
E-mail: alina07111@rambler.ru
Tel.: 8-905-050-43-88*