

Социальная сеть «ВКонтакте» как «культурный преемник» жалобной книги (на примере интернет-сообщества «ЗК – злой кировчанин»)

Москвин Артем Сергеевич¹, Бушкова-Шиклина Эльвира Васильевна²,
Кушова Ирина Андреевна³

¹кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии, социологии и философии,
Вятский государственный университет.

Россия, г. Киров. ORCID: 0000-0002-9971-7292. ResearcherID: M-5022-2017. E-mail: as_moskvin@vyatsu.ru

²кандидат социологических наук, доцент кафедры культурологии, социологии и философии,
Вятский государственный университет.

Россия, г. Киров. ORCID: 0000-0003-3929-5240. E-mail: bushkova-shiklina@vyatsu.ru

³кандидат философских наук, доцент кафедры культурологии, социологии и философии,
Вятский государственный университет.

Россия, г. Киров. ORCID: 0000-0002-4591-5488. ResearcherID: B-9521-2019. E-mail: ia_kushova@vyatsu.ru

Аннотация. В статье проанализированы особенности использования так называемой жалобной книги в социально-культурном пространстве СССР и постсоветской России. Актуальность исследования обусловлена трансформацией данного феномена, которая в современном мире выражается в переходе к использованию сети Интернет (в том числе социальных сетей) для написания разнообразных жалоб. Целью статьи является анализ кировского интернет-сообщества «ЗК – злой кировчанин» в социальной сети «ВКонтакте» в качестве «культурного преемника» (то есть культурной институции, перенявшей черты иной, более ранней по времени институции) «книги жалоб и предложений». В ходе анализа была рассмотрена совокупность постов за 2021 год в изучаемом сообществе, в результате чего было выявлено, что жалобы составляют подавляющее число сообщений в данном сообществе. Выявлены категории жалоб: жалобы на работу коммунальных служб, жалобы на дорожную ситуацию, жалобы на плохую инфраструктуру городской среды, жалобы на низкое качество обслуживания в магазинах, жалобы на работу общественного транспорта, жалобы на запах и шум на улице, жалобы на плохое отношение к домашним животным. Помимо этого, сообщения в сообществе соотносятся с особенностями их написания в «книгах отзывов и предложений», а именно: сообщения пишутся «по горячим следам», являются «голосом низов», не предполагают ответа, а также в редких случаях включают в себя и благодарности. Сделан вывод, что анализируемое сообщество частично выполняет функцию «культурного преемника» «книги жалоб и предложений». Результаты данной статьи могут быть использованы для выстраивания работы властей и бизнеса с различными группами населения.

Ключевые слова: жалобная книга, книга отзывов и предложений, социальная сеть, ВКонтакте, культурный преемник.

Жалобная книга (официально – «Книга отзывов и предложений») – культурный феномен, получивший особую популярность в СССР и постсоветской России.

Исследователи выделяют ряд особенностей функционирования жалобной книги в социокультурном пространстве.

К первой особенности можно отнести то обстоятельство, что жалобы чаще всего пишутся «по горячим следам», «непосредственно после факта нарушения права, они не имеют характера продуманности, а, как правило, с живой непосредственностью отражают видение автором сложившегося положения вещей» [15, с. 27].

Вторая особенность записей в жалобных книгах – это всегда «голос низов», попытка компенсировать чувство ущемленной справедливости во взаимоотношениях «власть – общество», либо (уже в постсоветской России) «бизнес – общество» [6; 7]. Так, Т. В. Шуматова назы-

ваает данную стилистику **«естественной письменной речью»** и делает отсылку к ее основным особенностям: «письменная форма, спонтанность и непрофессиональность исполнения, неофициальность (повседневность) сферы бытования, отсутствие промежуточных лиц и инстанций между текстом, написанным самим автором, и читателем» [19, с. 166]. Е. Д. Твердюкова отмечает, что жалобы «представляли собой так называемый письменный вариант “народной” речи, эмоционально насыщенной, стилистически ярко окрашенной» [15, с. 24].

В-третьих, жалоба в жалобной книге зачастую **не предполагает ответа**. «Обыватели, выплеснув свою обиду на месте, далеко не всегда имели желание и находили время добиваться справедливости и доводить жалобу до рассмотрения по существу», – отмечает Е. Д. Твердюкова [15, с. 24]. Ш. Фицпатрик пишет о том, что в СССР было написано «очень много жалоб, буквально пышущих негодованием, однако не указывающих на конкретных виновников» [17, с. 188]. Можно сказать, что жалоба – это инструмент «выпуска пара» здесь и сейчас и с мыслью о том, что власть все равно разберется с нарушителями.

В-четвертых, жалобная книга **в редких случаях включала в себя и благодарности**. При этом в общекультурном представлении жалобная книга несет в себе в целом негативную коннотацию.

В последнее десятилетие отмечается спад популярности использования «книги отзывов и предложений». Об этом, например, свидетельствует отсутствие данного феномена в современном социально-культурном и медийном дискурсе. Так, в СССР, наоборот, тематика жалобных книг часто становилась объектом внимания кинематографа (в фильмах «Дайте жалобную книгу», «Зигзаг удачи», «История с пирожками» и прочие), журнальных фельетонов, а также народных шуток и анекдотов [16; 20]. Отметим и тот факт, что с конца 2020 года¹ большинство российских организаций вообще не обязаны вести «книгу отзывов и предложений».

Возникает вопрос: необходимость в написании жалоб исчезла или форма подачи жалоб каким-то образом трансформировалась? Постараемся ответить на этот вопрос. В связи с входом в повседневную жизнь сети Интернет люди начинают использовать другие способы донесения жалоб до адресатов. К ним относятся разделы для написания жалоб на сайтах государственных и частных организаций, а также обращения в специализированные надзорные органы власти («Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека»², «Федеральная служба по надзору в сфере образования»³ и др.) [2; 4; 11; 13; 18]. Но при этом нельзя не заметить, что появилась новая (неофициальная) форма написания жалобы – через социальные сети. Попытаемся подтвердить высказанное утверждение с помощью анализа одного из интернет-сообществ города Кирова.

В ходе работы нами был проведен анализ сообщества в социальной сети «ВКонтакте» «ЗК – злой кировчанин». Сама суть данного сообщества заключается именно в сборе жалоб. Так, на главной странице сообщества указано: «Есть жалобы на наш город? Тебя что-то достало? Тебя что-то бесит? ХВАТИТ ТЕРПЕТЬ! Высказывай свои мысли! Рассказывайте о яме на дороге, об отключении воды, о частых ДТП, о неработающих светофорах, О ВСЕМ ЧТО ВАМ НЕ ПРАВИТСЯ в КИРОВЕ!!! Поделится своей ЗЛОСТЬЮ с Кировчанами можно, предложив новость на стене сообщества»⁴. Отметим также, что это наиболее массовое сообщество Кировской области (в нем состоит около 300 000 человек), а также то, что новости в этом интернет-пространстве формируются исключительно ее рядовыми членами, а не администрацией сообщества.

Было проанализировано 9763 поста, написанных пользователями за 2021 год.

В ходе анализа пользовательских постов были выделены следующие их категории (рисунок 1):

- жалобы: 57 %;
- городские происшествия: 11 %;
- объявления: 10 %;
- реклама: 9 %;
- просьбы высказать мнение: 8 %;
- благодарности: 4 %.

¹ Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463.

² <https://petition.rospotrebnadzor.ru/petition/>.

³ <https://obrnadzor.gov.ru/otkrytoe-pravitelstvo/elektronnaya-priemnaya/>.

⁴ <https://vk.com/zlo43>.



Рис. 1. Категории постов

В таблице ниже дадим описание каждой категории (табл. 1).

Таблица 1

Категории постов

Категория	Описание	Примеры
Жалоба	Сообщение о нарушении прав и свобод гражданина и его личных интересов	«Анонимно пожалуйста, субботиха, выезд с поворота не видно из вечно стоящих фур, ГИБДД примите меры»
Благодарность	Сообщение, в котором выражено чувство признательности	«Благодарность работником ковидного госпиталя по адресу: г. Киров, Советская, 41 за чуткое, внимательное отношение к каждому пациенту. Особенно, большое спасибо лечащему врачу Алине Александровне. От пациентки из г. Кирово-Чепецк»
Просьба высказать мнение	Обращение к участникам сообщества с просьбой высказать мнение о какой-либо проблемной ситуации	«Анонимно. Подскажите злые, что это за гриб? Нашли гриб, и стоит ли его употреблять в пищу?»
Городское происшествие	Рассказ участников сообщества о случившемся в городе	«Анонимно: 2 недели назад вот такую детскую площадку установили по программе Городская среда, на Монтажных 28»
Объявление	Извещение о чем-либо от участников сообществ	«Найдены ключи неподалёку от Кафе-столовой "Ланч-Бранч". Владелец отзовись».
Реклама	Коммерческое сообщение о купле, продаже товара либо услуги	«Магазин модной одежды Sinsay в ТРЦ Макси уже открыт! В эту субботу, 6 марта».

Мы отчетливо видим, что жалобы в рассматриваемом интернет-сообществе составляют чуть больше половины от всех сообщений, которые оставляют пользователи.

Проведенная многоуровневая кластеризация полученной текстовой информации методом вероятностного латентно-семантического анализа (при помощи компьютерной программы PolyAnalyst)⁵ показала тематическое распределение жалоб, отображенное на рис. 2, а также в табл. 2.

⁵ Вероятностный латентно-семантический анализ – это статистический метод, использующийся для выявления латентных ассоциативно-семантических связей между лексемами.



Рис. 2. Категории жалоб

Таблица 2

Тематическое распределение жалоб

Категория жалоб	Описание категории	Процентное соотношение	Примеры
Жалобы на работу коммунальных служб	Жалобы на уборку улиц, крыш, мусора во дворах, на очистку дорог и тротуаров, на работу управляющих компаний, на оплату коммунальных услуг, на отсутствие горячей воды и отопления и пр.	37 %	«Ленина 184К3, вода сегодня горячая бежит ржавая с песком. В чем причина и как долго так будет?» «Помните в том году машина улетела из-за небрежного снега с моста на Воровского? А как поставили разделительные болты на Октябрьском и Воровского, все говорили как будут чистить? Сказали в ручную лопатами. И что в итоге? Трамплин из снега на Воровского снова в деле, снег между разделительными столбиками тоже присутствует».
Жалобы на дорожную ситуацию	Жалобы на дорожные заторы, на нарушения правил дорожного движения, на плохо работающие светофоры	21 %	«Когда эту яму на кольце на луганской заделают? Или ждут когда в нее кто то на скорости попадет и авария случится»???
Жалобы на плохую инфраструктуру городской среды	Жалобы на плохую инфраструктуру парков, плохое состояние дорог и тротуаров, фонарей, подземных переходов	13 %	«Добрый день, первый раз пишу подобное сообщение, не знаю опубликуете или нет, если да, то пожалуйста Анонимно. Суть в том что ЛУЖА гигантских размеров напротив Вятского колледжа культуры достала по-моему всех она просто нигде не исчезает круглый год, и дорогу делали и забор поставили (теперь люди ходят по "газону" которые не могут изловчиться и перепрыгнуть), бедные мамы с колясками, пожилые люди и вообще все те которые просто хотят пройти по тротуару и не запачкать обувь и не утонуть в грязи»!!! «Здравствуйте. Может стоит убрать насовсем сцену в Кочуровском парке. Все лето подростки качаются на цепях сцены, возле опор, а там 15-сантиметровые штыри торчат сверху по несколько штук у каждой опоры».

Окончание табл. 2

Категория жалоб	Описание категории	Процентное соотношение	Примеры
Жалобы на низкое качество обслуживания в магазинах	Жалобы на низкое качество доставки продуктов, на просроченный и дорогой товар в магазинах	11 %	<p>«Такую красоту продают в (Светофоре) Дадада, все знаю: “что хочешь от этого магазина?” Но тут по орехам реально ходили! Не пыль какая-то, а втоптанная грязь».</p> <p>«Анонимно ТРЦ “Глобус” на Воровского, пришли выбирать растение. Попалась флорист крайне раздражительная, совсем не скрывала своих эмоций. Грубо разговаривала с нами, не хотела вернуть в бумагу цветок в -20, пришлось убедительно просить. Настроение испортили. Следите за своими продавцами и как они общаются с вашими покупателями! Ужас»</p>
Жалобы на работу общественного транспорта	Жалобы на расписание автобусов и троллейбусов, на работу кондукторов	9 %	<p>«Не возможно с утра уехать на работу с ул. Хлыновской/Ленина, постоянно переполненные автобусы, особенно 16 маршрут, ходит ужасно, раз в 30 мин. И это в час пик!!! С 44 маршрутом таже история»!!!</p> <p>«Анонимно. 47 минут стою жду 54 автобус. И это изо дня в день! В мороз! Когда же будет кто то их контролировать?»</p>
Жалобы на запах и шум на улице	Жалобы на громкие звуки ночью, мешающие спать, на неприятные запахи с улицы	7 %	<p>«Анонимно. Пожалуйста!!! может уже начнут обращать внимание на бесконечные алко-нарко-кальяно тусовки на октябрьском у цирка! Понятно что с хрустиками (мотоциклистами) и гонциками (пердунами) управы ни какой нет, но бл* с этими вечными криками, музыкой, воплями ни как не привыкнем»!!!</p> <p>«Пост аля накопело “уважаемые” псевдомеломаны. Убедительная просьба гоните свои ведра с “музыкой” в лес и там слушайте свой пердеж! После работы народ хочет отдыхать а не вашу пое##нь слушать. Совесть ска поймите».</p>
Жалобы на отношение к домашним животным	Жалобы на незнание правил выгула, а также на опасное поведение бездомных животных	2 %	<p>«Анонимно. Люди которые любят заводить экзотических животных – смотрите за своими питомцами. Возможно он сбежал, может быть надоед, но мне крайне не приятно это увидеть дома!!! Мыла ванну, стены, скорее всего от химии и вышел...»</p> <p>«Анонимно. Второй месяц подряд круглосуточно лает и скулит соседская собака. Днями и ночами!!! Просыпаемся постоянно под этот лай, засыпаем так же. подскажите, как бы вы поступили? Может её приучают к чему то (закрывают на кухне или ещё что-то подобное), или все таки можно обратиться в органы полиции? Вдруг там случилось что...»</p>

Частотный анализ данных дает нам понимание того, что сообщество «ЗК – злой Кировчанин», по крайней мере по формальным показателям, выполняет функцию современной жалобной книги.

Но является ли устоявшаяся в современном обществе традиция писать жалобы в социальных сетях еще и одним из «культурных преемников» (то есть институцией, перенявшей культурные черты иной, более ранней по времени институции) «книги жалоб и предложений», получившей распространение в СССР и постсоветской России? Для этого вновь обратимся к особенностям функционирования жалобной книги в социокультурном пространстве

Советского Союза, рассмотренным нами выше, и сравним с особенностями написания жалоб в рассматриваемом сообществе.

Первое. Сама специфика использования Интернета и социальной сети «ВКонтакте» в современном мире дает возможность написать жалобу мгновенно, **«по горячим следам»**, не прибегая к помощи каких-либо посредников. Жалобы в сообществе «ЗК – злой кировчанин» в подавляющем числе случаев содержат информацию о случившемся в день написания жалобы: *«Анон! Сколько интересно будет продолжаться утренняя лепсенская пробка!»*; *«Анонимно. Нововятский р-н, остановка Дом культуры в 9.40. Интервал движения транспорта от 33 до 53 мин. Это нормально?»*; *«Вчера знакомая кассирша в Глобусе сказала мне, что с сегодняшнего дня (с 17 января) полиэтиленовые одноразовые пакеты, дававшиеся раньше бесплатно, отныне будут стоить денег. 5 рублей – большой пакет и 3 рубля – маленький! Как вам такие новости, друзья?»*; *«Вот такая низкая цена на гречку в пятёрочке, а стоила вчера 71»* и пр.

Второе. Сообщения в анализируемом сообществе совершенно точно можно отнести к категории **«голоса низов»**. Жалобы направлены снизу вверх по вертикали «власть – общество» либо «бизнес – общество». Эти сообщения можно считать народной, «естественной письменной речью», поскольку они изобилуют как минимум орфографическими и пунктуационными ошибками. При помощи программы PolyAnalyst⁶ были выявлены распространенные орфографические ошибки. Наиболее популярными ошибками являются слова *«Не возможно»* (65 раз), *«Анонимно»* (20 раз), *«В течении»* (15 раз), *«Вообщем»* (14 раз), *«Тратуары»* (8 раз) и пр.

Приведем наиболее яркий пример предложения с пунктуационными ошибками: *«Анон дочь купила воду в бристоле на Ленина 167 после того как выпила ее спустя час стало тошнить головокружение вызвали скорую осмотрел срок годности бутылки и очумел он кончился три месяца назад прибежал в магазин и на этом же прилавке обнаружил еще три таких бутылки с просроком сказал продавцам что случилось в ответ услышал просто извените.Вы че курицы речь идет о здоровье ребенка а так же о здоровье покупателей ждите роспотребнадзор. Я Анонимно»*.

Третье. Таким же образом, как и в жалобных книгах, подавляющее число жалоб в сообществе «Злой кировчанин» **не требует конкретного ответа со стороны адресата жалобы**. Авторы ограничиваются не более чем просьбой (либо требованием) к исправлению ситуации: *«<...> Буду очень благодарен если вы не будете ставить на это место свои автомобили!!!»*, *«<...> Следите за своими продавцами и как они общаются с вашими покупателями!»*, *«<...> Хотелось пожелать всем кировчанам, чтоб те, кто живёт на наши с вами деньги, начали заботиться о нас в новом году!!!»* В некоторых сообщениях пользователи обращаются с вопросом к адресатам жалоб, но это не более чем риторическая фигура речи, «вопрос в пустоту», явно не выражающий жесткого требования об ответе: *«Анонимно. Нововятский р-н, остановка Дом культуры в 9.40. Интервал движения транспорта от 33 до 53 мин. Это нормально? Администрация города и прокуратура, когда начнёте штрафовать транспортные кампании???»*; *«<...> Кто вообще за это отвечает? Почему в 2022 году до сих пор такой бардак там?»*

Четвертое. Мы видим, что среди сообщений пользователей анализируемого сообщества изредка встречаются и **благодарности**, что также соотносится с практикой использования «книги жалоб и предложений». Благодарности составляют 4 % от всех сообщений за год. Из них благодарности за помощь на дорогах составляют 22 %; благодарности за ремонт городской инфраструктуры – 19 %; благодарности врачам – 15 %; благодарности работникам общественного транспорта – 8 %; благодарности за возвращения пропажи – 4 %.

Отметим, что социальная сеть как инструмент подачи жалобы гораздо более удобна и привлекательна, нежели бумажная «книга отзывов и предложений». К удобствам можно отнести следующие характеристики:

- доступность (гаджет всегда под рукой);
- существует возможность добавлять к жалобе фото- и видеофайлы в качестве подтверждения нарушенных прав;
- возможность обсуждения проблемы, заложенной в жалобе, в комментариях к посту;
- жалоба имеет высокий потенциал стать известной как другим жителям населенного пункта, так и адресатам жалобы.

Таким образом, мы можем видеть, что сообщество «ЗК – злой кировчанин» в социальной сети «ВКонтакте» выполняет функции, которые традиционно были прерогативой «книги жалоб и предложений».

⁶ Polyanalyst – компьютерная программа для анализа больших данных.

Помимо этого, сама культура использования социальной сети для написания жалоб во многом повторяет культурные паттерны использования «книги жалоб и предложений» в «доинтернетную эпоху», исходя из чего можно сделать предположение: социальная сеть частично переняла на себя особенности функционирования жалобной книги и является ее «культурным наследником».

Данное предположение нуждается в дальнейшем изучении и подтверждении на примерах использования социальных сетей в формате жалобной книги в иных регионах страны.

Список литературы

1. Андрющенко О. К. Речевой акт жалобы: семантика, прагматика, типология // Мир науки, культуры, образования. 2014. № 5 (48). С. 134–136. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_22629967_22984139.pdf (дата обращения: 30.08.2022).
2. Балякина В. Д., Скабеева Л. И. Современные технологии повышения сайта гостиничного предприятия // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. Т. 14. № 2 (2). С. 52–59.
3. Барлоу Д., Мёллер К. Жалоба – это подарок. Как сохранить лояльность клиентов в сложных ситуациях. М. : Олимп-Бизнес, 2011. 352 с.
4. Вологина О. В. Ответьте на сообщение: маркетинговые коммуникации в социальных медиа // Маркетинговые коммуникации. 2017. № 4. С. 300–305.
5. Галмонова Ю. А. Современные технологии продвижения гостиниц в соцсетях // Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве : сб. ст. и тез. науч. докл. студ. и аспирантов по итогам II науч. конф. / под ред. О. Е. Афанасьева. М., 2019. С. 105–111.
6. Глущенко И. Сервис против клиента. Отношение посетителей и персонала как советский антагонизм (по материалам жалобных книг вагонов-ресторанов начала 1930-х годов) // Логос. 2015. Т. 25. № 1 (103). С. 23–40. URL: http://intelros.ru/pdf/logos/2015_01/103_2.pdf (дата обращения: 30.08.2022).
7. Кульпанович О. А. Эволюция системы обратной связи в здравоохранении // Бюллетень национального научно-исследовательского института общественного здоровья имени Н. А. Семашко. 2015. № 3. С. 114–115. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_30322645_27325112.pdf (дата обращения: 30.08.2022).
8. Лебедева Н. Б. Естественная письменная русская речь как объект лингвистического исследования // Вестник БГПУ: гуманитарные науки. 2001. № 1. С. 4–10. URL: <https://old.altspu.ru/Journal/vestbspu/2001/gumanit/PDF/lebedeva.pdf> (дата обращения: 30.08.2022).
9. Новоселов В. Рынок и этика: дайте жалобную книгу // Компоненты и технологии. 2007. № 5. С. 28–29. URL: <https://kit-e.ru/market/rynok-i-etika-dajte-zhalobnuyu-knigu/> (дата обращения: 30.08.2022).
10. Печерица Е. В., Чернов Д. С. Социальные сети как способ продвижения гостиничных услуг // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2015. № 3 (33). С. 93–99.
11. Рублев Р. Р., Долгов М. О. Об организации всероссийского интернет-сайта «Жалобнаякнига.рф» // Международный электронный журнал. Устойчивое развитие: наука и практика. 2015. 1 (4). С. 22–38.
12. Саргатская А. Н. Нарушение прав потребителей в сфере оказания услуг // Вопросы студенческой науки. 2020. № 2 (42). С. 391–395. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_42617823_69446_694.pdf (дата обращения: 30.08.2022).
13. Соловьева Я. В., Назарова А. Н. Автоматизированная система «Книга жалоб и предложений гостиницы» // Перспективные информационные технологии : тр. междунар. науч.-техн. конф. Самара, 2016. С. 365–368.
14. Сухина В. А. Жалобная книга – индикатор качества лекарственного обслуживания // Новая аптека. Эффективное управление. 2008. № 2. С. 48–50.
15. Твердюкова Е. Д. Жалобные книги советских предприятий торговли и общественного питания (1920-х – 1980-х годов) как форма апелляции к власти // Вестник СПбГУ. 2015. Серия 2. Вып. 1. С. 19–28. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_23205004_89142434.pdf (дата обращения: 30.08.2022).
16. Точный Д. С., Точная Н. Г. «Кто последний? Я за вами» (к характеристике образа жизни советского человека в 1938 году) // Симбирский научный вестник. 2012. № 4 (10). С. 62–68.
17. Фицпатрик Ш. Срывайте маски! Идентичность и самозванство в России XX века. М. : Российская политическая энциклопедия (РОСПЭН) : Фонд «Президентский центр Б. Н. Ельцина», 2011. 375 с.
18. Хабибуллина А. Р., Качагин Е. А. Организация обратной связи с клиентами как инструмент повышения качества обслуживания в автомобильном дилерском центре // Практический маркетинг. 2014. № 9 (211). С. 35–41.
19. Шуматова Т. В. Фактор адресата в речевом жанре «Книга отзывов и предложений» // Вестник КемГУ. 2011. № 2 (46). С. 166–172. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_16463588_84701211.pdf (дата обращения: 30.08.2022).

20. Fedorova M. «Give me the book of complaints»: complaint in post-Stalin comedy // *Laboratorium*. 2014. № 6 (3). Pp. 80–92. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_24142645_25701882.pdf (дата обращения: 30.08.2022).

Vkontakte social network as a "cultural successor" of the complaint book (on the example of the Internet community "ZK – Zloy Kirovchanin" (Evil Kirovite))

**Moskvin Artem Sergeevich¹, Bushkova–Shiklina El'vira Vasil'evna²,
Kushova Irina Andreevna³**

¹PhD in Cultural Studies, associate professor of the Department of Cultural Studies, Sociology and Philosophy, Vyatka State University. Russia, Kirov. ORCID: 0000-0002-9971-7292.

ResearcherID: M-5022-2017. E-mail: as_moskvin@vyatsu.ru

²PhD in Sociological Sciences, associate professor of the Department of Cultural Studies, Sociology and Philosophy, Vyatka State University.

Russia, Kirov. ORCID: 0000-0003-3929-5240. E-mail: bushkova-shiklina@vyatsu.ru

³PhD in Philosophical Sciences, associate professor of the Department of Cultural Studies, Sociology and Philosophy, Vyatka State University. Russia, Kirov. ORCID: 0000-0002-4591-5488.

ResearcherID: B-9521-2019. E-mail: ia_kushova@vyatsu.ru

Abstract. The article analyzes the features of the use of the so-called complaint book in the socio-cultural space of the USSR and post-Soviet Russia. The relevance of the study is due to the transformation of this phenomenon, which in the modern world is expressed in the transition to the use of the Internet (including social networks) for writing various complaints. The purpose of the article is to analyze the Kirov Internet community "ZK – evil Kirov resident" in the social network "VKontakte" as a "cultural successor" (that is, a cultural institution that has adopted the features of another, earlier institution) "book of complaints and suggestions". The analysis examined the totality of posts for 2021 in the studied community, as a result of which it was revealed that complaints make up the overwhelming number of posts in this community. Categories of complaints were identified: complaints about the work of public utilities, complaints about the traffic situation, complaints about the poor infrastructure of the urban environment, complaints about the poor quality of service in stores, complaints about the work of public transport, complaints about the smell and noise on the street, complaints about the poor attitude to pets. In addition, messages in the community correspond to the peculiarities of their writing in the "books of reviews and suggestions", namely: messages are written "hot on the trail", are the "voice of the grassroots", do not imply a response, and also in rare cases include thanks. It is concluded that the analyzed community partially performs the function of a "cultural successor" of the "book of complaints and suggestions". The results of this article can be used to build the work of the authorities and businesses with various groups of the population.

Keywords: complaint book, book of reviews and suggestions, social network, VKontakte, cultural successor.

References

1. Andryushchenko O. K. *Rechevoj akt zhaloby: semantika, pragmatika, tipologiya* [Speech act of complaint: semantics, pragmatics, typology] // *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya* – The world of science, culture, education. 2014. No. 5 (48). Pp. 134–136. Available at: https://elibrary.ru/download/elibrary_22629967_22984139.pdf (date accessed: 30.08.2022).

2. Balyakina V. D., Skabeeva L. I. *Sovremennye tekhnologii povysheniya sajta gostinichnogo predpriyatiya* [Modern technologies for improving the website of a hotel enterprise] // *Vestnik associacii vuzov turizma i servisa* – Herald of the Association of Universities of Tourism and Service. 2020. Vol. 14. No. 2 (2). Pp. 52–59.

3. Barlow D., Meller K. *Zhaloba – eto podarok. Kak sohranit' loyal'nost' klientov v slozhnyh situatsiyah* [Complaint is a gift. How to maintain customer loyalty in difficult situations]. M. Olymp-Business. 2011. 352 p.

4. Vologina O. V. *Otvety na soobshchenie: marketingovye kommunikacii v social'nyh media* [Reply to the message: marketing communications in social media] // *Marketingovye kommunikacii* – Marketing communications. 2017. No. 4. Pp. 300–305.

5. Galmonova Yu. A. *Sovremennye tekhnologii prodvizheniya gostinic v socsetyah* [Modern technologies for promoting hotels in social networks] // *Biznes-tekhnologii v turizme i gostepriimstve : sb. st. i tez. nauch. dokl. stud. i aspirantov po itogam II nauch. konf.* – Business technologies in tourism and hospitality : coll. art. and abstracts of scientific reports of students and postgraduates following the results of the II scientific conference / ed. by O. E. Afanasyev. M. 2019. Pp. 105–111.

6. Glushchenko I. *Servis protiv klienta. Otnoshenie posetitelej i personala kak sovetskij antagonizm (po materialam zhalobnyh knig vagonov-restoranov nachala 1930-h godov)* [Service against the client. The attitude of visitors and staff as Soviet antagonism (based on the materials of the complaint books of the dining cars of the early 1930s)] // *Logos* – Logos. 2015. Vol. 25. No. 1 (103). Pp. 23–40. Available at: http://intelros.ru/pdf/logos/2015_01/103_2.pdf (date accessed: 30.08.2022).

7. Kul'panovich O. A. *Evoljuciya sistemy obratnoj svyazi v zdavoohranenii* [Evolution of the feedback system in healthcare] // *Byulleten' nacional'nogo nauchno-issledovatel'skogo instituta obshchestvennogo zdorov'ya imeni N. A. Semashko* – Bulletin of National Research Institute of Public Health n. a. N. A. Semashko. 2015. No. 3. Pp. 114–115. Available at: https://elibrary.ru/download/elibrary_30322645_27325112.pdf (date accessed: 30.08.2022).

8. Lebedeva N. B. *Estestvennaya pis'mennaya russkaya rech' kak ob"ekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Natural written Russian speech as an object of linguistic research] // *Vestnik BGPU: gumanitarnye nauki* – Herald of BSPU: Humanities. 2001. No. 1. Pp. 4–10. Available at: <https://old.altspu.ru/journal/vestbpsu/2001/gumanit/PDF/lebedeva.pdf> (date accessed: 30.08.2022).

9. Novoselov V. *Rynok i etika: dajte zhalobnyu knigu* [Market and ethics: give a complaint book] // *Komponenty i tekhnologii* – Components and Technologies. 2007. No. 5. Pp. 28–29. Available at: <https://kit-e.ru/market/rynok-i-etika-dajte-zhalobnyu-knigu/> (date accessed: 30.08.2022).

10. Pecherica E. V., Chernov D. S. *Social'nye seti kak sposob prodvizheniya gostinichnyh uslug* [Social networks as a way to promote hotel services] // *Tekhniko-tekhnologicheskie problemy servisa* – Technical and technological problems of service. 2015. No. 3 (33). Pp. 93–99.

11. Rublev R. R., Dolgov M. O. *Ob organizacii vserossijskogo internet-sajta "Zhalobnayakniga.rf"* [On the organization of the All-Russian Internet site "Complaint Book.rf"] // *Mezhdunarodnyj elektronnyj zhurnal. Ustojchivoe razvitie: nauka i praktika* – International electronic Journal. Sustainable development: Science and practice. 2015. 1 (4). Pp. 22–38.

12. Sarsatskaya A. N. *Narushenie prav potrebitelej v sfere okazaniya uslug* [Violation of consumer rights in the provision of services] // *Voprosy studencheskoj nauki* – Questions of student science. 2020. No. 2 (42). Pp. 391–395. Available at: https://elibrary.ru/download/elibrary_42617823_69446694.pdf (date accessed: 30.08.2022).

13. Solov'eva Ya. V., Nazarova A. N. *Avtomatizirovannaya sistema "Kniga zhalob i predlozhenij gostinicy"* [Automated system "Book of complaints and suggestions of the hotel"] // *Perspektivnye informacionnye tekhnologii : tr. mezhdunar. nauch.-tekhn. konf.* – Perspective information technologies : works of international scientific-technical conf. Samara. 2016. Pp. 365–368.

14. Suhinina V. A. *Zhalobnaya kniga – indikator kachestva lekarstvennogo obsluzhivaniya* [Complaint book – indicator of the quality of medical care] // *Novaya apteka. Effektivnoe upravlenie* – New pharmacy. Effective management. 2008. No. 2. Pp. 48–50.

15. Tverdyukova E. D. *Zhalobnye knigi sovetskij predpriyatij trgovli i obshchestvennogo pitaniya (1920-h – 1980-h godov) kak forma apellyacii k vlasti* [Complaint books of Soviet trade and catering enterprises (1920s – 1980s) as a form of appeal to the authorities] // *Vestnik SPbGU* – Herald of St. Petersburg State University. 2015. Series 2. Is. 1. Pp. 19–28. Available at: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_23205004_89142434.pdf (date accessed: 30.08.2022).

16. Tochenyj D. S., Tochenaya N. G. *"Kto poslednij? Ya za vami"* (k harakteristike obraza zhizni sovetskogo cheloveka v 1938 godu) ["Who is the last? I am behind you" (on the characteristics of the lifestyle of a Soviet person in 1938)] // *Simbirskij nauchnyj vestnik* – Simbirsk Scientific herald. 2012. No. 4 (10). Pp. 62–68.

17. Fitzpatrick Sh. *Sryvajte maski! Identichnost' i samozvanstvo v Rossii XX veka* [Tear off the masks! Identity and imposture in Russia of the XX century]. M. Russian Political Encyclopedia (ROSPEN) : Foundation "Presidential Center of B. N. Yeltsin". 2011. 375 p.

18. Habibullina A. R., Kachagin E. A. *Organizaciya obratnoj svyazi s klientami kak instrument povysheniya kachestva obsluzhivaniya v avtomobil'nom dilerskom centre* [Organization of customer feedback as a tool for improving the quality of service in an automobile dealership] // *Prakticheskij marketing* – Practical marketing. 2014. No. 9 (211). Pp. 35–41.

19. Shumatova T. V. *Faktor adresata v revevom zhanre "Kniga otzyvov i predlozhenij"* [The addressee factor in the speech genre "Book of reviews and suggestions"] // *Vestnik KemGU* – Herald of KemSU. 2011. No. 2 (46). Pp. 166–172. Available at: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_16463588_84701211.pdf (date accessed: 30.08.2022).

20. Fedorova M. *"Give me the book of complaints": complaint in post-Stalin comedy* // *Laboratorium*. 2014. No. 6 (3). Pp. 80–92. Available at: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_24142645_25701882.pdf (date accessed: 30.08.2022).