

\*\* WhatsApp — принадлежит компании Meta, которую признали экстремистской, запрещен в РФ.

ГРНТИ 11.07.25

## **МИФЫ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ ДВИЖЕНИЯ «ХРЮШИ ПРОТИВ»)\***

Д.А.Будко

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия  
dianabudko@mail.ru

***Аннотация:** Современное цифровое пространство предполагает новые формы взаимодействия граждан. Это предоставляет возможности для конструирования новых субкультур с собственными мифологиями. Целью исследования является выявление связи мифов, популярной культуры и политики в цифровых виgilантских сообществах на примере движения «Хрюши против». Методологией исследования выступает структурализм. Метод исследования: критический дискурс-анализ в интерпретации М.В. Йоргенсена и Л.Дж. Филиппса. На основе изучения сообщества «Хрюши против» были сделаны следующие выводы: приоритетом, действительно, является защита прав потребителей легальными методами. Также существует тенденция героизация участников движения в рамках их мифологии. Исследование выполнено в рамках гранта РФФИ № 21-011-31445 «Цифровой виgilантизм и практики формирования публичных ценностей: захват сетевого гражданского общества?» (руководитель – д.полит.наук, доц. Волкова А.В.)*

***Ключевые слова:** мифы, цифровое пространство, виgilантизм, политический фольклор, Хрюши против*

### **Введение**

Сегодня возникают новые способы взаимодействия граждан друг с другом и объединения их в различные сообщества. Процесс координации и самоорганизации граждан с помощью современных средств массовой коммуникации весьма эффективно осуществляется на протяжении довольно длительного времени. Можно заметить, что если изначально онлайн-активизм носил в большей степени аффективный характер, то сейчас в связи с все большим проникновением социальных сетей в жизнь граждан приобретает системный характер. Сетевое гражданское общество расширяет масштаб подобных движений, вовлекая в свою деятельность, пусть и не физически, но посредством виртуального взаимодействия, большое количество индивидов.

В этом плане весьма интересна деятельность цифровым виgilантских сообществ, поскольку они не только являются добровольными объединениями граждан, но и, на наш взгляд, ярким примером многих фольклорных мотивов.

### **Теоретическая рамка исследования**

Весьма важно в этом ключе определиться с категорией «мифы» с учетом того, что они не предполагают универсальной структуры [5]. В контексте движения виgilантов можно предположить, что, вероятнее всего, они относятся к сфере политического, поскольку, как уже можно было понять, их основной целью является не столь защита чьи-либо прав и действий, сколько получения доступа к власти в ее самом классическом веберовском понимании, и доминированию над остальными группами населения.

Сами политические мифы способствуют тому, что практики политического доминирования становятся с точки зрения обывателя не только символом, означающим их легитимность, но и способом осуществлением процесса коммуникации между теми, кто

разделяет то или иное политическое пространство. Специфика в данном случае зависит не только от существующих культурных и исторических контекстов, но и от трактовок символов, принятых в обществе, а также «темпорального режима политической памяти», в котором и существует эта система мифов [1].

Возможно, согласится с точкой зрения, согласно которой политический миф трактуется «...прежде всего как разновидность социального мифа. В политическом мифе также просматривается характерная для современного мифа двухуровневость: с одной стороны, разделяемые веками, коллективные представления, с другой стороны, составляющие, коррелятивные текущей политической конъюнктуре. Наличие двух вышеуказанных уровней характерно для любого современного мифа, в том числе и для политического. Сочетание «архаического» и «конъюнктурного» («инструментального») уровней делает миф уникальным феноменом; отличает его, с одной стороны, от древнего, или классического, мифа и, с другой стороны, от идеологических построений» [2].

#### **Цель и методы исследования**

Целью исследования является выявление связи мифов, популярной культуры и политики в цифровых вигилянских сообществах на примере движения «Хрюши против».

Методологией исследования выступает структурализм. С точки зрения К. Леви-Стросса главной составляющей любого мифа являются не язык и не форма его воплощения, а рассказанная история, сюжет которой не ограничивается каким-то рамками [4]. Следовательно, в данном случае представляется перспективным в качестве метода исследования использовать критический дискурс-анализ в интерпретации М.В. Йоргенсена и Л.Дж. Филиппса.

#### **Основная часть**

«Хрюши против» (слоган «Боремся со свинским отношением к людям») - одна из наиболее неоднозначных организаций, которую можно рассматривать при изучении практик российского цифрового вигилянства. Она имеет статус НКО, позиционирует себя как волонтерское движение по защите прав потребителей, в некоторых видеороликах, датированных 2015-2017 гг. можно обнаружить ссылку на то, что «При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 01.04.2015 №79-рп и на основании конкурса, проведенного Общероссийской общественной организацией «Лига здоровья нации»». Присутствует на всех крупных платформах Рунета.

Отличительной чертой «Хрюш против» являются театрализованные акции с целью привлечения внимания правоохранительных органов к случаям нарушениям закона о правах потребителей (созданные в 2010 году, они прославились акцией в июне 2012 года против петербургского универсама «Народный»): активисты одеваются в костюмы мультяшных свиной.

Заметим, что образ свиной в мировой культуре весьма неоднозначен и колеблется от ассоциаций с «грязным животным» до символа плодородия, кормилицы. Это находит отражение не только в огромном количестве пословиц и поговорок, но и мифических Кроммионской свиной, Варахи, Хильдисвиной (не лишним будет вспомнить и о дружелюбных Хрюше, Пяточке и Нюше). В контенте сообщества присутствует диссонанс не только названия с аватаром, на котором изображена весьма агрессивная свиная голова, но и содержания: посты о нарушениях прав потребителей, демонстрация выигранных в суде дел перемежаются поздравлениями с днем рождения, выступлениями активистов в известных средствах массовой информации (например, на «Русском радио»), розыгрыши брендированной продукции и предложением вступить в ряды активистов. Можно сказать, что здесь создается именно атмосфера общего доверия, практически добрососедской помощи.

На официальной странице организации в ВКонтакте дана краткая информация о роде деятельности: «"Хрюши против" это символ борьбы за права потребителей. Это люди по всей стране, объединенные идеей того, что надо искоренять хамское отношение к

покупателям, пресекать продажу просроченной продукции и добиваться того, чтобы каждый получал качественные и свежие продукты. Хрюши против – открытая и прозрачная организация. Каждый может присоединиться к нам, ведь возможность бороться за свои права – неотъемлемая часть конституции Российской Федерации» [4].

Видео выходят регулярно. По тематике их условно можно разделить на ролики, посвященные самим акциям, и комментарии руководительницы организации Светланы Васильевой по поводу особенно резонансных рейдов и их последствий.

Аудитория активна, поскольку под каждой из публикаций большое число лайков и комментариев. Можно заметить, что чаще всего пользователи выражают одобрение или кратко высказываются по поводу происходящего. Обратная связь с руководителями организации происходит во время прямых эфиров.

Обратимся к самим роликам. Если речь идет не о прямом эфире, а репортаже с рейда, то они сделаны по одному шаблону: небольшой пролог на несколько секунд, эффектная заставка с музыкой и основная часть, состоящая обычно из нескольких частей завязка (Светлана Васильева и ее коллеги приходят в точку продаж и начинают изучать ассортимент), кульминация (в процесс поиска просроченной продукции привлекаются покупатели и сотрудники магазина, иногда действия приобретают конфликтный характер, вызываются сотрудники правоохранительных органов), развязка (подводится итог рейда). Таким образом здесь виден пример обычного сторителлинга, который встречается в любом профессиональном сценарии или рассказе. Можно сказать, что в видеоматериалах «Хрюши против» не присутствует отсылка к импровизациям и стихийности, в углу экрана присутствует миниатюрный символ движения – голова сердитого поросенка, скорее они напоминают выпуски одной передачи (пусть с разным хронометражом). При этом материал подается в достаточно мягкой манере.

Можно отметить в некотором смысле изначально миролюбивый посыл активистов. Ролики начинаются не с агрессивных призывов разгромить торговую площадь, а с предложения разобраться в ситуации.

Судя по большинству записей сами активисты стараются не только не устраивать конфликты, которые могут привести к негативным последствиям для них и быть приравненным к деяниям наказуемым в рамках административного или уголовного кодекса, но и не поддаваться на провокации со стороны работников магазинов и рынков.

Часто происходят обращения к покупателям с просьбой о помощи в поисках просроченного товара, что с одной стороны свидетельствует о демонстрации намерения быть вместе с простыми гражданами, открытости, а с другой – заботы, что переводит дискурс движения из разряда общественно-политических в общественно-бытовой. Речь идет именно об отстаивании здоровья потребителя, не о некоем изменении общества, а именно об обеспечении исполнения правил торговли и сбыта товаров (можно заметить, что и само название движения, звучит именно как «хрюши», а не «свиньи», «поросята», то есть выбрано слово не только мягкое по звучанию и не имеющее ассоциаций с питанием, но и ассоциирующееся с персонажем из детской передачи).

Важно отметить выкладываемые записи прямых эфиров с руководительницей движения Светланой Васильевой (например, «Хрюши против - Стрим. Ситуация в Перекрестке»; «Хрюши против - ответы на вопросы»; «Хрюши против - Про суды и другие распространенные вопросы») – они сделаны отнюдь не по канонам прямых эфиров блогеров, а скорее как обращения обычного человека, для которого подобное действие просто один из способов коммуникации со своей аудиторией. Со спокойными интонациями в голосе происходит рассказ о том, как «Хрюши против» последовательно достигают своих целей, включая выступления в суде против магазинов, нарушающих закон «О правах потребителей», и даются ответы на вопросы пользователей, сочувствующих движению.

### **Выводы**

Видео «Хрюш против» не носят развлекательный характер, в них отсутствует стремление к сенсационному разоблачению, столь характерному для журналистского

дискурса. Здесь идет речь именно об отстаивании своих прав с помощью легальных методов. Это способствует тому, что «Хрюши против» имеют общественно-просветительский характер, а в виду того, что изучаются магазины разного ценового сегмента, проект ориентирован на самую широкую аудиторию.

Комментаторы «Хрюш против» предпочитают эмодзи-жесты, а также изображение поросенка (они здесь представлены во всех трех видах, предлагаемыми каталогом эмодзи: мордочка, рыло и фигура животного). Их иллюстративный материал к комментариям несколько хаотичен и представляет собой различные группы эмоции и «материальные ценности», которые часто можно трактовать как комплиментарные (цветы, сердечки, подарок).

Еще раз повторим, что отличительной чертой этого движения, выделяющей его из ряда других виgilантских организаций, является следование законам Российской Федерации. На первый план должна выйти защита прав потребителей, а не скандалы. На первый план должна выйти не скандалы и информационные поводы, а защита прав потребителей.

В этом контексте можно обозначить, что в данных сообществах весьма значим героический миф. Активисты движения приравниваются к героям, которые несут благие идеи и совершают подвиги во имя общей пользы.

\*Исследование выполнено в рамках гранта РФФИ № 21-011-31445 «Цифровой виgilантизм и практики формирования публичных ценностей: захват сетевого гражданского общества?» (руководитель – д.полит.наук, доц. Волкова А.В.)

#### Список источников

1. *Завершинский К. Ф.* Политический миф как предмет исследований современной культуросоциологии // Миф в истории, политике, культуре. Сборник материалов II Международной научной междисциплинарной конференции. Под редакцией О.А. Габриеляна, А.В. Ставицкого, В.В. Хапаева, С.В. Юрченко, Севастополь: Филиал Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в г. Севастополе, 2019. С. 252–254.
2. *Иванов А. Г.* Нарративное измерение политического мифа. Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология. 2019. № 49. С. 69–78.
3. *Леви-Стросс К.* Структурная антропология. Москва: ЭКСМО-Пресс, 2001.
4. Хрюши против. [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/hrushigroup>.
5. *Ставицкий А.В.* Структура мифа по К. Леви-Строссу: опыт несостоятельного. Вопросы психолингвистики. 2018. № 1 (35). С. 126 – 139.

#### MYTHS IN THE DIGITAL SPACE (ON THE EXAMPLE OF THE ORGANIZATION "KHRYUSHI PROTIV")

*D.A.Budko*

*St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia*

**Abstract:** *The relevance of the topic is due to the fact that the digital space presupposes new forms of interaction between citizens. This provides opportunities for constructing new subcultures with their own mythologies. The purpose of this report is to identify the connection between myths, popular culture and politics in digital vigilante communities using the example of the "Khryushi protiv". The methodology of the research is structuralism. Research method is critical discourse analysis interpreted by M.V. Jorgensen and L.J. Philips. Based on the study of the "Khryushi protiv" community, the following conclusions were made: the priority, indeed, is the protection of consumer rights by legal methods. There is also a tendency to glorify the participants of the movement within their mythology. This work was supported by the grant RFBR № 21-011-*

31445 «Digital vigilantism and the practice of creating public values: hijacking network civil society?» (project leader – Volkova A.V., Doctor Political Science, Associate Professor).

**Keywords:** myths, digital space, vigilantism, political folklore, Khryushi protiv

ГРНТИ 11.15.

## РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ГОРОДСКИХ ПРОБЛЕМНЫХ СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И МЕССЕНДЖЕРАХ\*

Д.А. Качусов

Алтайский государственный университет, г. Барнаул, Россия

dmitrij.kachusov@mail.ru

**Аннотация.** В статье проанализированы степень и характер использования цифровых технологий в деятельности патриотических организаций как одного из значимых сегментов системы патриотического воспитания. В результате исследования основных направлений работы и информационных ресурсов детско-юношеских организаций патриотической направленности в регионах Сибирского федерального округа и экспертного опроса руководителей данных организаций сделан вывод о преимущественно PR-функционале цифровых технологий. Большинство действующих патриотических организаций имеют интернет-ресурсы для информирования «внешней» общественности о своей деятельности, доведения «полезной информации» до своих членов и привлечения новых участников. Непосредственно в текущей работе цифровые технологии используют только отдельные организации историко-патриотической и гражданско-патриотической направленности. В результате сделан вывод о незначительной и фрагментарной цифровизации процессов патриотического воспитания в среде НКО и дополнительного образования и отсутствии на данном этапе предпосылок к положительной динамике в этом направлении.

**Ключевые слова:** интернет, социальные сети, самоорганизация граждан, гражданская активность, сетевые сообщества, городские сообщества, урбанистика.

Углубление и расширение процесса информатизации приводит к возрастанию значимости виртуальных практик в повседневной частной и общественной жизни граждан. Информационно-коммуникационные технологии предоставляют людям новые возможности для оперативного взаимодействия, налаживания межличностных связей, обсуждения актуальных местных проблем и, в целом, для самоорганизации. Российская практика не является исключением: несмотря на сужение спектра возможностей для участия граждан в публичной политике, их активность и самоорганизация продолжают проявляться в решении вопросов формирования благоприятной среды проживания. Данная тема изучается российским научным сообществом и находит отражение в исследованиях ряда отечественных исследователей, таких как И.А. Бронников [1], Ю.А. Головин, А.А. Фролов [2], А.И. Кольба [3], Л.И. Левкина [4], И.В. Мирошниченко [5], А.А. Никифоров, А.С. Шерстобитов [6], А.В. Соколов [7, 8].

Развитие подобных объединений на локальном уровне позволяет привлечь новых участников к решению местных проблем, кооперироваться и получать дополнительные ресурсы, способствует вовлечению населения в деятельность местного самоуправления. Как правило, городские сетевые сообщества обладают свободным участием, низким уровнем формализации и функционируют на принципах сетевой организации. Задачи данных сообществ концентрируются в актуальных на локальном уровне проблемных областях, непосредственно соприкасающихся со сферой жизни местных социумов: