

# СОЦИОЛОГИЯ ДЕВИАНТНОСТИ

*Т.В. Шипунова*

## ПРОДВИЖЕНИЕ ДЕВИАНТНЫХ ОБРАЗЦОВ ПОВЕДЕНИЯ КАК (А)СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СРЕДЕ\*

*Автор рассматривает Интернет как совокупность субъектов и средство неформального социального контроля девиантности. В статье ставится проблема исследования виртуальных коммуникационных ресурсов с точки зрения конструирования и продвижения ими (а)социальных проектов девиантной направленности с применением стратегий, технологий и методов социального маркетинга. Предлагаются направления и содержание исследований в рамках данной проблемы с позиций конструктивизма. В статье рассматриваются два (а)социальных проекта с точки зрения их продвижения в практике виртуальных коммуникационных ресурсов и хабиитуализации девиантного контента.*

**Ключевые слова:** (а)социальный проект, хабиитуализация, социальный маркетинг, виртуальная коммуникация, интернет-мемы, признание, девиантность, социальный контроль, тюремная субкультура.

### Постановка проблемы

Современное общество все более убедительно демонстрирует отказ от модели развития, предусматривающей создание одной-единствен-

---

\* Статья подготовлена по проекту РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Использование стратегий (социального) маркетинга в продвижении девиантных образцов поведения: анализ практик виртуальных коммуникационных ресурсов», проект № 13-03-00011а.

Шипунова Татьяна Владимировна — доктор социологических наук, профессор факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета (shtatspb@yandex.ru)

ной, желательной и обязательной реальности, и переход к модели «общество возможностей», предполагающей движение от реального к возможному. Особое место в этой модели отводится Интернету, который дает новому человеку Homo Possible почувствовать себя полноценным в возможностном мире благодаря быстрой динамике изменений (виртуальных) жизненных ситуаций, смене ролей и имиджей, демонстрации себя (разного) другим людям, что подкрепляет его ощущение проявленной индивидуальности. Интернет развивает и усиливает поппобилистский характер социальной реальности за счет предоставления все больших (в том числе — мнимых) возможностей для самореализации, приобщения к чему-то большому («глобальная сеть»), удовлетворения потребности быть увиденным всеми («шоуизация жизни»). Самозванческая самопрезентация, нацеленная в конечном счете на самоидентификацию, может распространяться от принятия на себя вымышленной роли в Интернете до поиска идентичности на материале девиантной субкультуры (Тульчинский 2003: 96). В результате Интернет становится институтом неформального контроля поведения людей. Будучи более эффективным, чем формальный, неформальный контроль непосредственно влияет на социальный контроль девиантности, протекающий в реальности, усиливая или уменьшая его действенность.

Блоги, форумы, социальные сети становятся публичными аренами для обсуждения девиантных явлений\*. Они играют важную роль в формировании представлений о нормальном/ девиантном, определяя тем самым семантику социальной реальности вне Интернета. Можно предположить, что для продвижения своих идей, конструктов «норма/ девиация», ценностей и идеалов владельцы сайтов, модераторы и члены сетевых сообществ активно задействуют (иногда не осознавая этого) маркетинговые стратегии в продвижении (а)социальных проектов. Можно найти сходство этих стратегий со стратегиями социального маркетинга, понимаемого как комплекс мер, направленных на коррекцию общественного поведения в сторону, желательную для социума (Котлер 2006: 180). Различие будет состоять в направлении коррекции (поддержание/ нарушение социальных норм), а также в том, что при трансля-

---

\* Девиантное явление здесь — это любое нарушение социальных норм. Оно может иметь как позитивную, так и негативную направленность. Под позитивной девиацией понимается нарушение социально-неадекватных норм, которые не обеспечивают (привычные) взаимодействия людей в повседневных практиках, и, следовательно, чаще всего не соблюдаются ими, а также тех норм (обычно — права), которые разрушают status quo общества и признаются большинством людей неадекватными или устаревшими. Негативная девиация — это нарушение социально-адекватных норм.

ции *девиантных* образцов поведения\* будут преследоваться интересы лишь части населения — определенной социальной группы, заинтересованной (сознательно или неосознанно) в продвижении новых стандартов поведения и в изменении традиционной морали и актуальных правовых норм, которые размываются и/или теряют свою адекватность в современной динамично развивающейся действительности. Существуют также специфические особенности использования стратегий, технологий и методов социального маркетинга, таких как маркетинговая, пиаровская, брендинговая стратегии, социальное проектирование и др., однако этот вопрос остается до конца не изученным. Чем более изощренным и разнообразным будет воздействие маркетинговых стратегий, применяемых участниками виртуальной коммуникации, тем больше возрастает вероятность опривычивания (хабитуализации) (Бергер, Лукман 1995: 89–91) определенных видов нарушения (изменения, трансформации) норм и тем с большей вероятностью человек, включившись в соответствующий интернет-ресурс, интериоризирует конструкт девиантности (который не обязательно имеет разрушительный, деструктивный характер), предлагаемый в качестве ценностной установки и модели поведения.

Современному обществу свойственна плюралистичность стандартов, поэтому люди (и особенно молодое поколение) приходят в замешательство по поводу того, что же считать «нормальным», а что нет. Новая реальность Интернета дает возможность выбора девиантного для данного общества (но нормального для другого) поведения, например, посредством трансляции фактов интер- и интракультурной вариативности норм в отношении сходного поведения, интракультурной вариативности норм в форме позиционального направления адресатов норм (аспект власти и господства) и т. д. (Lamnek 2001: 42). Следует также отметить, что виртуальные коммуникации позволяют пользователям самим участвовать в создании контента и тем самым укреплять различные модификации социальных норм и девиаций. Если некие идеи находят поддержку (и иногда популярность), то участники виртуальной коммуникации легко консолидируются с идеями разработчиков (а)социальных проектов, внося вклад в продвижение этих идей в социальную реальность. Данное обстоятельство, наряду с апробированием идей на практике (в социальной реальности), является наиважнейшим услови-

---

\* Под девиантными образцами поведения мы понимаем не только и не столько совершенные девиации (которые имеют место быть и в Интернете), сколько *идеи* и/или *описания практик* нормонарушений, которые предстают как своего рода нарративы, транслирующие новые конструкты нормы/ девиации.

ем хабиитуализации создаваемых в Интернет-пространстве норм и девиаций, влияя на уровень девиантности в обществе, организацию социального контроля девиантности и шире — поведения людей, а также саму социальную реальность.

Таким образом, научная проблема состоит в исследовании виртуальных коммуникационных ресурсов с точки зрения конструирования и продвижения ими (а)социальных проектов девиантной направленности с применением стратегий, технологий и методов (социального) маркетинга, выполняющих тем самым функции неформального (а?)социального контроля девиантности, выступающего альтернативой социального контроля, существующего в реальной действительности. Новизна поставленной проблемы заключается прежде всего в необходимости использования конструктивистского подхода при анализе содержания конструкторов, способов моделирования новой (девиантной) модели поведения и продвижения ее интернет-пользователям, а также в рассмотрении виртуальных коммуникационных ресурсов как места для реализации (а)социальных проектов, направленных на изменение представлений о хорошем/ плохом, нормальном/ девиантном и распространение девиантных образцов поведения, как позитивной, так и негативной направленности\*.

Потенциал конструктивизма (Дж. Г. Мид, Г. Блумер, А. Шюц, П. Бергер и Т. Лукман, И. Гофман, Г. Гарфинкель, Дж. Серл) в российской социологии до сих пор используется не в полной мере, что относится и к области изучения девиантных явлений. Только в нескольких исследованиях данный подход применен для анализа конструкторов некоторых видов девиантного поведения — преступности (Смирнова 2007), делинквентности (Нурутдинов 2011), девиантности (Конструирование девиантности 2011), женского алкоголизма (Жук 2009) и др. Не менее насущной остается для отечественной социологии задача исследования Интернета.

Современная наука располагает литературой, посвященной как самому феномену глобальной виртуальной сети, так и ее влиянию на жизнь общества и человека. Выполненные научные исследования часто носят экономический характер (например, рассматриваются возможности и перспективы развития электронной коммерции, интернет-рекламы, интернет-магазинов). Благодаря научным исследованиям получают правовую интерпретацию некоторые девиантные феномены использования сети: хакерство и специфика борьбы с ним, интернет-мошенни-

---

\* Дабы избежать ошибок в оценках, мы используем условное обозначение проектов как (а)социальных, где «а» взята в кавычки, что должно сгладить нежелательные коннотации.

чество, плагиат и т. д. Среди новых направлений зарубежных исследований можно назвать следующие: особенности коммуникации, специфика существования отдельных пользователей и групп (сообществ) в Интернете (A. Benschop); динамика развития Интернета и развития общества (Brian D. Loader & William H. Dutton); современные подходы к изучению новых медиа (Leah A. Lievrouw); использование инфраструктурных теорий управления Интернетом (L. DeNardis); цифровые медиа и персонализация спорных способов в политике (W. Lance Bennett & A. Segerberg) и др. Изучение девиантности в Интернет-коммуникациях ограничивается преимущественно рассмотрением отдельных видов девиаций: онлайн-преследования (harassment) в студенческой среде (M. Lindsay & J. Krysik); различные извращения в Интернете (Jenkins R. E. & Thomas A. R.); преступность, девиация и идентичность в Интернете (Y. Jewkes); взаимосвязь между девиантностью в Интернете и поиском идентичности (Sempsey J., Turkle S.); конструирование молодежной культуры, в том числе и девиантных форм, в масс-медиа (J. Suler, S. Cohen) и др.

Российские ученые также вносят вклад в исследование Интернет-пространства. Социологи уделяют большое внимание изучению как социальной системы киберпространства, так и отдельных видов девиантного поведения (С.В. Бондаренко, С.К. Тамазян, А. Гапич, Д. Лушников, М. Риор, В.Б. Наумов, Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский, Н.А. Носов и др.). Однако социологическое объяснение феномена Интернета как фактора изменения социальных норм, трансформации представлений о норме/ девиации в литературе представлено недостаточно. Мало изучены процессы конструирования девиантности и совсем нет исследований, который были бы нацелены на системное рассмотрение содержания практик виртуальных коммуникационных ресурсов как деятельности по реализации (а)социальных проектов.

Исследование стратегий, методов и технологий, используемых в продвижении (а)социальных проектов, предполагает выявление механизмов создания и продвижения новых ценностей, норм и девиаций, выявление «болевых» точек в работе маркетологов виртуальных коммуникативных ресурсов — как сознательно иницилирующих изменение представлений о норме/ девиации, так и тех, кто использует технологии маркетинга неосознанно. Направлениями такого исследования должны стать следующие:

- исследование контента девиантоориентированных сайтов как (а)социальных проектов;
- изучение процесса моделирования конструктов «норма/ девиация» и их продвижения средствами социального маркетинга в процессе виртуальной коммуникации;

- исследование особенностей (возможного) использования технологий маркетинга, пиара, брендинга, социального проектирования в процессе конструирования и продвижения девиантных образцов поведения;
- выявление способов хабиитуализации конструкторов девиантности средствами социального маркетинга и влияния этого процесса на проявления/ изменения идентичности пользователей;
- изучение дискурсов посетителей сайтов и модераторов, организующих и оформляющих девиантоориентированный контент;
- исследование видов и способов осуществления социального контроля девиантности в процессе виртуальных коммуникационных практик и т. д.

Проведение такого исследования — дело трудоемкое, требующее серьезных финансовых, человеческих и временных затрат. Пилотажное исследование автора позволяет рассмотреть отдельные маркетинговые приемы или методы продвижения потребителям девиантных ценностей и образцов поведения. В рамках данной статьи остановимся лишь на двух (а)социальных проектах и маркетинговых методах, задействованных организаторами девиантоориентированных сайтов и направленных на опривычивание девиантных ценностей и образцов поведения: проекте «Интернет-мемы» и проекте «Призонизация».

Однако перед рассмотрением результатов пилотажного исследования автору следует сделать некоторые замечания.

Во-первых, целью исследования являлось изучение того, *как* (новые) идеи в виде девиаций передаются в виртуальных коммуникациях, формируя предпосылки для изменения социальных норм и (возможной) коррекции поведения людей в социальной реальности, т. е. того процесса, который получил наименование хабиитуализации и который, хотим мы того или не хотим, включает и рассмотрение социального влияния, а в своем рефлексивном варианте — социального маркетинга. Во-вторых, были изучены ресурсы, продвигающие преимущественно негативные образцы девиантности, хотя не меньший интерес представляет изучение стратегий продвижения позитивных образцов девиантного поведения. В-третьих, нужно помнить, что речь не идет о какой-то «злонамеренности»\* веб-ресурсов, целенаправленно продвигающих свои идеи. Такое продвижение менее интересно с точки зрения заявленной темы, поскольку деятельность владельцев таких сайтов, чаще всего включающая противоправные нарушения (например, терроризм, мошенничество), практически недоступна для исследователя по причине

---

\* Кстати сказать, данное исследование было задумано еще до закона о запрете некоторых сайтов.

конспирации и преследования фискальными службами. Нас интересовали сайты, контент которых сложился в процессе самоорганизации членов локального интернет-сообщества и содержание которых носит не ригористический, а достаточно многослойный и многосмысловый характер. Данные сайты организуются по принципу «не хочешь — не смотри и не читай». Поэтому можно сказать, что термин «продвижение» используется в своем первоначальном значении — как выдвижение (создание, формирование) некой идеи и некоторые действия для утверждения, закрепления в сознании участников сайтов (как реальных, так и потенциальных) этой идеи. Такое содержание понятия «продвижение» предшествует пониманию термина в маркетинге, но, с точки зрения автора, в большей степени соответствует цели авторского исследования.

### **Проект «Интернет-мемы»**

Интернет-мем — это феномен спонтанного распространения некоторой информации или фразы, часто бессмысленной, приобретшей популярность в интернет-среде (Интернет-мемы. Что это такое? 2012). Распространение происходит всеми возможными способами: по электронной почте, в мессенджерах, на форумах, в блогах и др. Примерами мемов могут служить: так называемые фотожабы — коллажи, созданные с помощью программы Photoshop, цель которых — продемонстрировать наличие юмора у их авторов (например, различные варианты коллажей с надписью «превед!»); искаженные слова или фразы («пака», «кросавчег», «аффтар жжот», «аццкий сотона», «Донки-Хот», «зачед» и др.); sms-жаргон; медиафайлы и песни (серия «Недослышанные тексты» на сайте потокового видео YouTube и т. д.); изображения («Погладь кота» — фотографии котов-манулов с разными подписями, получившие распространение осенью 2008 г., и множество подобных); порталы и страницы (например, «Последняя страница Интернета»: при переходе на эту страницу пользователю сообщается, что на данной странице заканчивается Интернет, объясняются причины данного явления и предлагаются варианты дальнейших действий) и т. д. (Подробнее см., напр.: Белкин, Амзин 2012; Интернет-мем 2012).

Некоторые мемы воспринимаются как шутки (пусть и достаточно спорные). Они соперничают с (двусмысленными) анекдотами, звучащими в реальности, и часто напоминают жанр «политических» анекдотов советского времени как выражения спонтанного творчества, имеющего определенные аллюзии. Игра в слова, искажение слов, своеобразная расстановка ударений являются своего рода вербальным тренажером и могут быть расценены как необходимый элемент познания себя и окружающего мира.

Другие мемы не так «безобидны», поскольку в них продвигаются новые правила-отрицания социальных норм. Примером здесь может служить проект «Poker face», в русском переводе звучащий как «По\*ер фейс» (По\*ер фейс комиксы 2012). В комиксах с таким общим названием изображаются отдельные истории. Например: «Прикольный по\*ер фейс комикс о том, как бабуля зашла в троллейбус, а уступать место не особо хочется», «Комикс о том, как народ спрашивает жевачку, а ты тихонько жуешь и не палишься, а то все разгребут», «Комикс с покер лицом, который расскажет о том, как воспользоваться электробритвой друга» и т. д. Описываемые жизненные ситуации являются типичными, а комментарии к ним представляют собой нарративы или обыденное знание, отражающее *один из* образцов поведения, который встречается в реальности. Их продвижение выглядит как история, в которой в выигрыше всегда остается главный герой («Poker face»). Но истории, если они находят распространение и поддержку, позволяют, с одной стороны, «определить критерии компетентности, свойственные обществу, в котором они рассказываются, а с другой — оценить, благодаря этим критериям, результаты, которые в нем достигаются или могут быть достигнуты» (Лиотар 1998: 55). Именно это превращает обыденные истории в само собой разумеющиеся и правильные (достигающие цели выживания в социуме) вещи или, иначе, в нормы поведения. По сути дела, в этих комиксах находят отражение алгоритмы поведения и реакций на жизненную ситуацию. В названных комиксах продвигаются идеи безразличия, эгоизма, потребительского отношения к людям и т. д., которые являются нарушением норм морали и закладывают основу для формирования множества других видов девиантного поведения.

В качестве других примеров можно привести мем-образ «Социально агрессивный пингвин», истории которого вполне узнаваемы, обыденны, а правила поведения в типичной ситуации зачастую отрицают устоявшиеся социальные нормы. Продвигаемые в рамках этого проекта идеи звучат так: «Видишь лежащего без сознания парня. Его куртка отлично подошла к твоим ботинкам»; «В туалет длинная очередь. Наконец ты заходишь, сидишь, играешь на телефоне»; «Выходишь из туалета, забрал с собой бумагу». Казалось бы, здесь звучат пусть не соответствующие нравственным идеалам, но достаточно безобидные вещи. Однако они имеют совершенно определенные последствия для молодого поколения, которое постоянно пребывает в Интернете, по сути дела, воспитывается им, формирует свою идентичность и находит подкрепление своим представлениям о межличностных отношениях. Уже выросло целое поколение, главными наставниками и социальными гидами которого были герои этих и подобных им комиксов.

При продвижении интернет-мемов используются стратегии брендинга и социального проектирования. Для этого предлагается идея-название определенного мем-образа (например: «Злая училка», «Злые родители», «Типичная баба», «Нетипичные родители», «Пингвин-социофоб», «Женщина-невротик», «\*uck yeah», «Are You \*ucking Kidding Me, Son», «Настоящий мужик»). Эта идея создает возможность для проявления (непредсказуемой) фантазии, возникающей на основе выстраиваемого сознанием ассоциативного ряда, возникновения аллюзий, аналогий, отсылки к прошлому опыту или к когда-то услышанным фразам (при просмотре фильмов, на улице, по телевизору, от соседей, в семье). Интернет-мемы — это инструмент пробуждения творчества, и это практически беспроектный метод пленения сознания и эмоционально-чувственной сферы человека. К тому же подавляющее большинство интернет-сайтов, на которых предоставляется доступ к мемам-комиксам и шаблонам мемов, связаны с порнографическими сайтами (при поиске мемов очень часто неконтролируемо всплывает окно с порнографией). Этот факт сам по себе опасен, поскольку к порнографии получают доступ подростки и дети, однако в сочетании с последующим выходом на страницу комиксов просмотр порнографических снимков усиливает эффект воздействия комиксов, внутренне настраивая посетителя на вседозволенность, распушенность, цинизм и пошлость. Подготовленный таким образом посетитель попадает в извращенный мир, который через образы, коверканые фразы, слоганы-правила предлагает ему образцы поведения, готовые к употреблению в реальности.

Это явление до сих пор не изучено и не получило оценки своей социальной значимости, хотя некоторые исследователи рассматривают мемы как репликаторы социального поведения, которые действуют на сознание человека как аллергия или инфекция. И особую опасность они представляют для подрастающего поколения: «Недавние научные открытия поднимают глубокие и тревожные вопросы о том, как наше сознание программируется с детства. Без преувеличения, это смущает, когда мы подвергнуты этой вызывающей перспективе — большая часть нашего сознания может использоваться как система репликации мемов и вирусов сознания, которыми мы заражены с детства» (Афанасьева 2012).

### **Проект «Призонизация»**

С середины прошлого века в связи с кризисом наказания (Кристи 1985) и неэффективностью социального контроля девиантности формируется осознание того, что традиционного подхода к пониманию социального нормирования и социального контроля явно недостаточно для анализа современной реальности. Общество как константное и не-

прерывно существующее образование, имеющее в фундаменте разделяемые всеми моральные нормы и представления о социальном контроле, перестало существовать, его сутью стало постоянное изменение (Бауман 2008), в котором каждый индивид ищет свое место, создавая и используя новые образцы поведения. В этой связи становится все более актуальным изучение социального контроля девиантности как обоюдоострого процесса распространения влияния на социальную среду так называемых просоциальных и асоциальных субъектов.

Так, давно замечено, что тюремная субкультура существенно влияет на культуру общества. Распространение влияния тюремной субкультуры получило название призонизации (от англ. prison — тюрьма). В криминологическую и пенитенциарную литературу этот термин впервые ввел американский ученый Д. Клеммер. Он обозначил этим понятием негативную социализацию осужденных, которая происходит в период заключения в тюрьму посредством влияния на заключенного тюремной культуры во всех ее негативных аспектах; проявляется в принятии нравов, морали, обычаев и основной культуры пенитенциарного учреждения (Призонизация... 2002). В настоящее время это понятие приобрело более широкое значение. Под призонизацией понимается распространение влияния тюремной субкультуры не только на заключенных, но и на более широкое окружение и на общество в целом.

Тюрьма, и шире — зона всегда играла большую роль в жизни России, которую В. Абрамкин точно охарактеризовал как «страну сирот, вдов и бывших заключенных». По его мнению, каждый четвертый взрослый мужчина в России — бывший заключенный. «Можно ли создать какую-то “рыночную экономику” в стране, где треть (или четверть) взрослых мужиков физически и нравственно покалечена, приучена к “казарменному” образу жизни? В своем большинстве бывшие заключенные не способны к предприимчивости, свободным рыночным отношениям, к роли главы семьи, решению собственных проблем... Чаще всего они сами становятся обузой для женщин и детей, для всего общества» (Абрамкин 2012).

В России 92-95 % людей интересуются тюремными проблемами. По мнению правозащитника В. Абрамкина, огромное влияние зоны на россиян связано со следующими главными факторами:

— долгое существование ГУЛАГа (в широком понимании), созданного для устрашения населения и массового истребления народов, социальных групп, людей, которые заподозрены в возможном сопротивлении диктатору или властвующей «группировке», недовольстве «общественно-политическим строем», «партией и правительством» и т. д. Так, указывает автор со ссылкой на А.И. Солженицына, в России с 1917 по 1958 г. в репрессиях было погублено 66,7 млн. человек;

- тоталитарная внутренняя политика, основанная на устрашении населения и ведущая к ощущению своей жизни как «жизни при зоне». Для русского человека «призонизация» (т. е. «отюремнивание») вольного мира — быта, жизни, языка, культуры, норм, традиций и обыкновений — явление привычное, органично встроенное в повседневные практики. Поэтому еще в 60-е годы прошлого века в обыденном языке широкое распространение получили выражения (понятия): «большая зона» (воля), «малая зона» (тюрьмы и лагеря);
- постоянно большое число тюремного народонаселения (около миллиона);
- бóльшая точность и выразительность тюремного языка по сравнению с нормативным языком (малолетние арестанты — малолетки, народные заседатели — «кивалы», торговцы на черном рынке — барыги (от слова «барыш»), активисты («капо») — козлы); эти слова принадлежат живому развивающемуся народному языку, как и слово «беспредел», которое и тюремным уже не назовешь;
- привлекательность литературы, фильмов о зоне (например, сериал «Зона»);
- чувство незащитности перед преступностью, испытываемое подавляющим большинством населения, и крайне низкая степень доверия к милиции (теперь — полиции), прокуратуре, судам (не обращаются в правоохранительные органы, даже в случае совершения против них тяжких преступлений, 40-60 % жертв). Так, в новом городском фольклоре широко представлена тема «ментов»: в Москве, в ходу поговорка «один с сошкой, семеро с автоматами», в Серпухове — «спасите нас от ментов, а с преступниками мы и сами разберемся» и т. п.; среди новых пословиц есть и такая: «В тюрьму сейчас попадает только бедный и дурак», а к ним у нас принято относиться милостиво и снисходительно (Абрамкин 2012).

Не последнее место в процессе призонизации принадлежит Интернету. Здесь можно найти любую информацию, касающуюся тюремной субкультуры: о ворах в законе (многочисленные видео на сайтах «Криминальная Россия», [rutube.ru](http://rutube.ru), [Video@Mail.Ru](mailto:Video@Mail.Ru), [crims.ru](http://crims.ru) и т.д.; список 582 «воров в законе»; их правила — «воровской закон»); рисунки и фотографии тюремных татуировок с объяснением значения; рекомендации по адаптации после освобождения из мест заключения и т. д. Эта информация привлекает подростков и молодежь, взрослое население из разных социальных групп. Особенно она привлекательна для представителей малообразованных и неблагополучных слоев населения, которые и так повсеместно слышат в быту тюремный жаргон, нецензурную брань, встречаются лицом к лицу с людьми, освободившимися из мест заключения (теми, кто «откинулся с зоны»).

На определенных сайтах, посвященных этой тематике, помимо всего прочего, продвигается представление об идеале мужественности (маскулинности) «настоящего мужика». Происходит романтизация «воровского закона», который кажется справедливым, если воспринимать его глазами подростка или молодого человека, привыкшего отстаивать свою правоту кулаками. Например, наказания вора в законе (блатные санкции) могут быть только трех видов (Правила воров в законе 2011):

1) Пощечина — ее, как правило, дают за оскорбление, к тому же публично, во время сходки. Уклоняться или бить в ответ наказанный вор не смеет. Безобидная, на первый взгляд, кара без последствий не остается: авторитет вора уже пошатнулся.

2) Удар по ушам — церемония разжалования вора в законе. Развенчивают за обман, западло, а также нарушение воровского закон, хотя разжалование может быть и почетным — по состоянию здоровья.

3) Смерть. Ею карают только за измену. Предателем считается тот, кто сдал подельников, пошел на сотрудничество с милицией (полицией), похитил общак, убил вора в законе без санкции сходки, вышел из воровского клана и, наконец, завязал.

При этом не учитывается, что криминальный мир изменился, и теперь ворами в законе часто становятся те, кто имеет много денег, но не имеет того авторитета, определенных характеристик «сильного человека», которые были у воров в законе раньше. К примеру, существенно изменились санкции: появилась четвертая блатная санкция — финансовая. Штрафы назначает воровская община. Наказывают за опоздание на сходку, за срыв сделки, за то, что наследил (сумма иногда достигает миллиона долларов). Другой пример: в былые времена убить вора-изменника мог лишь равный по титулу, то есть вор в законе. Новые законники, привыкшие все делать чужими руками, верны себе и в этом вопросе. Для казни зачастую приглашается киллер со стороны, поэтому каждый вор в законе имеет огромную охрану (Там же).

Исследовательское внимание привлекают и интернет-сайты с информацией о выживании в тюрьме. Правила выживания могут располагаться на отдельной интернет-странице или же на сайте, где даются разнообразные комментарии, инструкции, советы по выживанию в экстремальных ситуациях (например, сайт «Свалка: как выжить в кризис»). Проблема выживания в тюрьме рассматривается наряду с такими, как «Один против толпы», «Как метать ножи», «Как принять роды», «Как выжить в космосе», «Как добыть воду», «Горящие путевки», «Землетрясение» и др., усиливая впечатление, что попадание в тюрьму дело чуть ли не обыденное, и подтверждая народную мудрость «От тюрьмы и от сумы не зарекайся!». Эта обыденность идет рука об руку со вседозволенностью «до тюрьмы».

Особый интерес в плане изучения маркетинговых методов продвижения тюремной субкультуры представляет анализ тюремного творчества, названного на одном из сайтов «тюремное *народное* творчество», что, наверное, справедливо в силу приобщения к этому творчеству (в той или иной мере) большей части населения России. Существует множество интернет-сайтов, которые демонстрируют фотографии поделок сидельцев: today.ru «Татьянин день»; poxe.ru; prikol.bigmir.net; Livejournal; сайт осужденных «В капкане»; «Социальная сеть для Заключенных» — taba.ru; форум зеков и сокамерников и т. д. Экспонаты поражают разнообразием (картины на простынях, четки, фигурки людей и животных, макеты церквей, ножи, музыкальные инструменты (напр., гитара, сделанная из жеваной туалетной бумаги, на которой можно играть, и др.), мастерством, находчивостью (поделки создаются из хлебного мякиша, газетной и туалетной бумаги, спичек, дощечек, отслуживших свое зажигалок, кусков металла, тряпок, ниток и т. д.). Не случайно один предприимчивый адвокат открыл в Угличе частный музей «Запретная зона», где есть возможность не только полюбоваться творениями народного промысла безымянных авторов, но и посетить комнату с воссозданным бытом заключенных. Вот и подумаешь: не так уж и плохо в тюрьме, на досуге и прикладным искусством можно заняться, реализовать, так сказать, свою тягу к прекрасному.

Большое пространство в Интернете отведено транслированию устного творчества заключенных. Это не только «русский шансон» или, иначе, блатной фольклор, блатняк (не путать с просто шансоном — французской эстрадной песней в стилистике кабаре), который, кстати сказать, свободно и повсеместно звучит на просторах России, но и анекдоты, байки, стихи. Имеется множество сайтов, порталов, форумов (например, Арестантская поэзия — <http://algemos.clan.su/>, Информационный портал «Узник.info» и множество других), на которых заключенные могут размещать плоды своего поэтического творчества. Однако наибольшую популярность и странную привлекательность имеют сайты, на которых представлена классическая поэзия в блатном переводе (полную подборку см.: Фима Жиганец 2012). Здесь можно найти переделанные стихи М.Ю. Лермонтова, А.С. Пушкина, А.И. Крылова, Ф. Виньона, В.В. Маяковского, В. Шекспира... Например, практически ни один сайт или форум о ворах, гопниках, тюрьме не обходится без переписанного на феню стихотворения М.Ю. Лермонтова «На смерть поэта»:

КРАНТЫ ЖИГАНУ

Урыли честного жигана  
И форшманули пацана,  
Маслина в пузо из нагана,

НА СМЕРТЬ ПОЭТА

Погиб Поэт! — невольник чести —  
Пал, оклеветанный молвой,  
С свинцом в груди и жаждой мести,

Макитра набок — и хана!  
Не вынесла душа напряжения,  
Гнилых базаров и понтов.  
Конкретно кипишнул бродяга,  
Попер, как трактор... и готов!  
Готов!.. не войте по баракам,  
Нишкните и заткните пасть;  
Теперь хоть боком встань, хоть раком, -  
Легла ему дурная масть!  
Не вы ли, гниды, беса гнали,  
И по приколу, на дурняк  
Всей вашей шоблюю толкали  
На уркагана порожняк?  
Куражьтесь, лыбьтесь, как параша, —  
Не снес наездов честный вор!  
Пропал козырный парень Саша,  
Усох босяк, как мухомор!

Мокрушник не забздел, короста,  
Как это свойственно лохам:  
Он был по жизни отморозком  
И зря волюной не махал.  
А хуль ему?.. дешевый фраер,  
Залетный, как его кенты,  
Он лихо колотил понты,  
Лукал за фартом в нашем крае.  
Он парафинил все подряд,  
Хлебалом щелкал поганым;  
Грозился посшибать рога нам,  
Не догонял тупым калганом,  
Куда он ветки тянет, гад!  
.....

Но есть еще, козлы, правилка воровская,  
За все, как с гадов, спросят с вас.  
Там башли и отмазы не канают,  
Там вашу вшивость выкупят на раз!  
Вы не отмашетесь ни боталом, ни пушкой;  
Воры порвут вас по кускам,  
И вы своей поганой красной юшкой  
Ответите за Саню-босяка!

Поникнув гордой головой!..  
Не вынесла душа Поэта  
Позора мелочных обид,  
Восстал он против мнений света  
Один, как прежде... и убит!  
Убит!.. к чему теперь рыдания,  
Пустых похвал ненужный хор  
И жалкий лепет оправданья?  
Судьбы свершился приговор!  
Не вы ль сперва так злобно гнали  
Его свободный, смелый дар  
И для потехи раздували  
Чуть затаившийся пожар?  
Что ж? веселитесь... он мучений  
Последних вынести не мог:  
Угас, как светоч, дивный гений,  
Увял торжественный венок.

Его убийца хладнокровно  
Навел удар... спасенья нет:  
Пустое сердце бьется ровно,  
В руке не дрогнул пистолет.  
И что за диво?... издалека,  
Подобный сотням беглецов,  
На ловлю счастья и чинов  
Заброшен к нам по воле рока;  
Смеясь, он дерзко презирал  
Земли чужой язык и нравы;  
Не мог щадить он нашей славы;  
Не мог понять в сей миг кровавый,  
На что он руку поднимал!..  
.....

Но есть и божий суд, наперсники разврата!  
Есть грозный суд: он ждет;  
Он не доступен звону злата,  
И мысли, и дела он знает наперед.  
Тогда напрасно вы прибегнете к злословью:  
Оно вам не поможет вновь,  
И вы не смаете всей вашей черной кровью  
Поэта праведную кровь!

То, что это стихотворение рассчитано не только на бывших или нынешних сидельцев, подтверждает тот факт, что к каждому стихотворению приводится список комментариев к словам «на фене», что способствует быстрому усвоению тюремного языка. Во время чтения блатного перевода приходит узнавание некоторых слов, которые стали почти обычными, обиходными, пусть иногда они используются не совсем в том прямом значении, как на фене (например, «выкупить» означает

«понять», «разоблачить»). Они звучат на улицах, в печатных СМИ, с экранов телевизоров и из уст представителей разных элит. Приходит понимание, насколько далеко продвинулся процесс призонизации русского языка и повседневной реальности.

Вообще следует сказать, что этот феномен — переделка классической поэзии на разный лад — явление достаточно распространенное (для поздравлений, скетчей, тостов, реприз и т. д.). Очевидно, это связано, во-первых, с потребностью приобщиться к высокой поэзии (не имея своего таланта), во-вторых, такой способ позволяет сделать подделку узнаваемой, в-третьих, дает возможность возвысить содержание переложённого текста за счет положительных коннотаций, возникающих по ассоциации с узнаваемым текстом и позволяющих сохранить определенное (положительное) отношение к содержанию. Все это ведет к восприятию текстов если не положительно, то, по крайней мере, равнодушно или снисходительно и заставляет дочитать текст до конца, зафиксировав в памяти блатной жаргон как еще один («один из») способ передачи обыденной истории (что, в общем-то, и требуется для опривычивания жизненных ситуаций).

### **Заключение**

Итак, мы рассмотрели в первом приближении лишь два (а)социальных проекта, направленных на конструирование и продвижение девиантных образов поведения: воспринимаемый многими как совершенно безобидный юмористический проект («Интернет-мемы»), с которым знаком практически каждый подросток (и не только), и многими неприемлемый и осуждаемый проект («Призонизация»). Пилотажный анализ контентов соответствующих интернет-сайтов показывает, что они имеют девиантогенный характер, конструируя представления о норме/ девиантности и продвигая эти конструкты в сознание потребителей интернет-продукции разными способами. Результатом этого продвижения становится хабиитуализация — опривычивание девиантных образцов поведения. Очевидно, что более фундированный и широкий анализ подобных проектов даст возможность расширить наше представление о социальном контроле девиантности (ее продвижении, развитии) *в* и *через* глобальную сеть.

### **Литература**

*Абрамкин В.* Зона. В натуре и в ящике: заметки о тюремном романе. [<http://www.prison.org/nravy/ponyat/zona1.shtml>] (дата обращения — 22.08.2012).

*Афанасьева С.Е.* Особое явление — Интернет-мемы. [<http://www.yavnauche.ru/stati/sociologicheskie-nauki/osoboe-javlenie-internet-memy.html>] (дата обращения 22.08.2012).

*Бауман З.* Текучая современность. СПб.: Питер, 2008.

*Белкин И., Амзин А.* Полный перевод. Интернет-сленг все чаще выходит за пределы виртуального пространства. [<http://lenta.ru/articles/2006/02/28/preved/>] (дата обращения — 15.08.2012).

*Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995.

*Жук А.Н.* Производство женского алкоголизма в медико-психиатрическом дискурсе // Журнал исследований социальной политики. 2009. Т. 7. № 3. С. 327–348.

*Интернет-мем* // Сайт «Квартира № 50». [<http://chezhouse.ucoz.ru/publ/1-1-0-216>] (дата обращения — 15.08.2012).

*Интернет-мемы.* Что это такое? [[http://ozersk.ucoz.ru/publ/internet\\_memy\\_что\\_это\\_такое/1-1-0-24](http://ozersk.ucoz.ru/publ/internet_memy_что_это_такое/1-1-0-24)] (дата обращения — 15.08.2012)

*Конструирование* девиантности: Монография / Сост. Я.И. Гишинский. СПб.: Деан, 2011.

*Котлер Ф.* 300 ключевых вопросов маркетинга / Пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2006.

*Кристи Н.* Пределы наказания / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1985.

*Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна. СПб.: Алетейя, 1998.

*Нурутдинов И.И.* (Де-)конструирование делинквентного поведения через призму социологических теорий // Вестник Казанского технологического университета. 2011. № 13. С. 241–247.

*Покер* фэйс комиксы. [<http://lifeasjoke.ru/prikolnye-kartinki/pokher-feis-komiksy>] (дата обращения — 20.08.2012).

*Смирнова М.Б.* Социальная проблема преступности: дискурс катастрофы и повседневности // Вестник Самарского государственного университета. 2007. №5/2 (55). С. 72–79.

*Тульчинский Г.Л.* Деперсонализация // Проективный философский словарь: Новые термины и понятия. СПб.: Алетейя, 2003.

*Правила воров в законе.* [[http://www.mvd-ua.com/index.php?option=com\\_kune\\_na&func=view&catid=29&id=11358&Itemid=273](http://www.mvd-ua.com/index.php?option=com_kune_na&func=view&catid=29&id=11358&Itemid=273)] (дата обращения — 22.08.2012).

*Призонизация* (институционализация) осужденных за рубежом // Энциклопедия современной юридической психологии / Под общ. ред. проф. А.М. Столяренко, 2002. [<http://www.determiner.ru/dictionary/993/word/prizonizacija-institucionalizacija-osuzhdenyh-za-rubezhom>] (дата обращения — 22.08.2012).

*Фима Жиганец.* Мой дядя, честный вор в законе... (Классическая поэзия в блатных переводах) [[http://lib.ru/NEWPROZA/SIDOROV\\_A/fima\\_perewody.txt\\_with-big-pictures.html](http://lib.ru/NEWPROZA/SIDOROV_A/fima_perewody.txt_with-big-pictures.html)] (дата обращения — 22.08.2012).

*Lamnek S.* Theorien abweichenden Verhaltens: eine Einführung für Soziologie, Psychologie, Pädagogen, Juristen, Politologen, Kommunikationwissenschaftler und Sozialarbeiter. — 7. Auff. München: Fink, 2001.