

ГОПНИК В ИНТЕРНЕТЕ: ВИРТУАЛЬНАЯ ИГРА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ДРАМАТУРГИИ ИРВИНА ГОФМАНА¹

Д.В. Громов

Аннотация. В 2006–2008 гг. образ гопника (малообразованного представителя молодежных уличных группировок) неожиданно стал очень популярен в русскоязычном сегменте Интернета. В это время был сформирован мифологизированный образ гопника, интернет-пользователи начали играть роли гопников в специально созданных виртуальных сообществах, в частности в блогосфере Livejournal.com. Автор статьи анализирует эти процессы с точки зрения теории социальной драматургии Ирвина Гофмана. Виртуальная игра в гопников может быть описана с помощью категорий Гофмана (но с поправкой на условия Интернета): пользуясь возможностями, которые предоставляет Интернет, исполнитель может не выходить из зоны заднего плана совсем, создавая в зоне переднего плана только собственную маску и таким образом производя управление впечатлениями; сценарием игры является собственно набор правил, по которым создается канонический образ «гопника»; сценарий обеспечивает сценическое оснащение и набор инструментов, которыми исполнители создают свой образ: заявленной условиями одеждой, кинесикой, предметным рядом, манерами поведения. Также в статье рассматривается мотивация участников «игры в гопников»: социальные, психотерапевтические, эмпатийные, гедонистические факторы. Эта мотивация обусловлена «предварительной социализацией» исполнителя, по Гофману.

Ключевые слова: ролевая игра, виртуальная личность, маска, Интернет, молодежные уличные группировки, Ирвинг Гофман, социальная драматургия.

Громов Дмитрий Вячеславович, доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник, Институт этнологии и антропологии РАН, 119991, Россия, г. Москва, Ленинский пр-т, 32а, gromovdv@mail.ru.

¹ Исследование проведено при поддержке РФФИ, проект № 17-01-00362-ОГН-А «Этническое и социальное в подростково-молодежных уличных группировках на постсоветском пространстве».

GOPNIK ON THE INTERNET: A VIRTUAL GAME FROM THE PERSPECTIVE OF ERVING GOFFMAN'S SOCIAL DRAMA

D.V. Gromov

Abstract. In 2006–2008 the image of gopnik (uneducated member of youth street gangs) suddenly became very popular in Russian segment of the Internet. At that time mythological image of gopnik was created and Internet users began to play as gopniks in specially made virtual communities. The author analyzes these processes according to the theory of Erving Goffman. Virtual “gopnik game” can be described with the Goffman’s categories (but adjusted for conditions of the Internet). Using opportunities of the Internet, performers do not need to leave the background; they create their own masks in foreground and produce “impression management”. A game scenario is a set of rules, according to which canonical “gopnik” image is created; scenario provides scenic equipment and stage props, with which performers create their image: the declared conditions of clothing, kinesics, subject number, manners. The article also discusses the motivation of participants of “gopnik game”: these can be social, psychotherapeutic, empathic, hedonistic factors. According to Goffman this motivation is dependent on the “preliminary socialization” of a performer.

Keywords: role game, virtual personality, mask, Internet, youth street gangs, Erving Goffman, social drama.

Во второй половине 2000-х гг. в обществе вдруг появилось достаточно четкое представление о том, как выглядит настоящий «гопник» — он должен носить кепку и спортивный костюм, сидеть на корточках, грызть семечки, пить пиво «Жигулёвское», определенным образом вести себя и пользоваться определенным набором фраз. В те времена автор данной статьи занимался изучением молодежных уличных сообществ, то есть тех самых молодых людей, которые условно соответствуют категории «гопников» [Молодежные, 2009]. Обращало на себя внимание несоответствие данного стереотипного образа полевому материалу: действительно, уличные молодые люди иногда носили спортивные костюмы, пили пиво, умели задирааться, но при этом были очень разными. Создавалось впечатление, что в рассуждениях о «настоящих гопниках» действительно существующая социальная реальность преломляется с очень большими искажениями. Вскоре была найдена и «преломляющая оптика», обеспечивающая эти искажения — это были несколько специализированных сообществ в популярной тогда блогосфере <https://livejournal.com>, больше известной как Живой Журнал, или ЖЖ. В этом сообществе собирались пользователи, которые обсуждали тему «гопничества» и сами изображали людей, вхожих в эту среду. Однако только человек доверчивый и малоознакомый со спецификой общения в Интернете мог поверить, что на данных сайтах собираются и общаются друг с другом малообразованные выходцы с рабочих окраин. В действительности это была не более чем игра, маскарад; таких игр в Интернете разыгрывалось бесчисленное множество с самого начала его существования. В основе игры лежало исходное условие — тот самый образ «канонического гопника», который был задан изначально: участники сообществ выкладывали тексты, фотографии, видеозаписи и прочие материалы, раскрывающие тему, а главное, сами изображали «гопников». Это выражалось в обсуждении материалов сообщества, в коммуникации, а также в создании разнообразного креатива — так, не приходится сомневаться, что многие фото- и видеоматериалы, представленные в ЖЖ, были постановочными — специально создавались как инсценировка «канонического образа».

Изначально данное явление заинтересовало меня как фольклорное осмысление социальной реальности, но интерес вызывает еще один аспект: соотношение «игры в гопников» с теорией социальной драматургии Ирвина Гофмана. Иначе говоря, можно рассмотреть игру как форму самопрезентации интернет-пользователей, включенных в нее.

Социальная драматургия Ирвинга Гофмана как методологический подход к описанию и анализу социальной реальности получила широкое распространение. Сам Гофман в своих исследованиях решал задачи, связанные большей частью с индивидуальными самопрезентациями людей при непосредственном общении; однако его идеи были восприняты многими исследователями как инструмент для анализа довольно широкого круга явлений (см., напр.: [Waksler, 1989; Goffman's, 2003]). Кроме прочего, возможность расширить сферу применения теории Гофмана дало развитие новых технологий, обеспечивающих коммуникацию [Ling, 2008; Pinch, 2010]; в особенности появление Интернета [Sannicolos, 1997; Laughy, 2007, с. 79; Miller, Arnold, 2009; Arundale, 2010; Jacobsen, 2010; Bullingham, Vasconcelos, 2013].

Расширение возможностей социальной драматургии продиктовано появлением технологических новаций: теперь есть возможность создавать виртуальную личность, дистанцируясь от себя настоящего; появляется возможность собрать для коллективной ролевой игры в виртуальном пространстве большое количество участников, готовых следовать правилам (причем игра будет происходить в реальном режиме, в удобное для каждого участника время); появляются формы самовыражения, которые раньше были трудноисполнимы или невозможны из-за отсутствия технических средств для их существования — например, широкие возможности обработки фотографий и видеозаписей.

Как можно заметить, исследовательская задача рассмотрения самопрезентации в ЖЖ, мягко говоря, устарела. В настоящее время существует множество более совершенных интернет-платформ, позволяющих пользователям формировать свою самопрезентацию в более продвинутой форме; например, виртуальные миры Second Life и Blue Mars, которые коренным образом отличаются от устаревшего и опустевшего ЖЖ; поведение в этих платформах активно изучается. В то же время рассматриваемый случай интересен и с социальной точки зрения: в ходе игры конструируется образ опасного и неприятного человека. Слово «гопник» в российском контексте имеет однозначно негативные коннотации: как показывают наши исследования, даже в среде уличной молодежи, которая с аутсайдерской точки зрения и является «гопнической», гопниками (в отличие от нейтрально-положительного самоопределения «пацан») называют агрессивных, умственно недалеких и бескультурных людей. Причины интереса к такой самопрезентации мы рассмотрим ниже, но прежде приведем этнографическое (вернее, пользуясь языком интернет-исследований, этнографическое) описание явления.

Основой методики нашего исследования стал контент-анализ ряда специализированных сообществ и аккаунтов интернет-платформы Livejournal.com. С помощью сплошной выборки сообщений, размещенных в данных сообществах, и комментариев к ним мы произвели количественный и качественный анализ виртуальных самопрезентаций интернет-пользователей, включенных в тематическое общение. Кроме того, была взята серия интервью (n = 10) с активными участниками данных сообществ. При анализе полученного материала в качестве теоретической рамки использовалась социальная драматургия Ирвинга Гофмана.

ИСТОРИЯ ИГРЫ

История развития «гопнических» сайтов реконструируется нами следующим образом.

По-видимому, толчком к разработке образа гопника в Интернете стало появление здесь короткого (около 9 минут) псевдодокументального фильма «G.O.P. projekt» [Чебоксары, 2004]. В фильме было рассказано о «гопниках» как некультурных агрессивных молодых людях, которые одеваются определенным образом (носят

кепки, дешевые спортивные костюмы и др.), любят сидеть на корточках, пить пиво и грызть семечки; они аляповаты, агрессивны, глупы, склонны к несмешному юмору. Почти вся информация, содержащаяся в фильме, впоследствии вошла в «канонический» образ гопника¹.

Первым из известных нам ресурсов, посвященных гопникам, было ЖЖ-сообщество *gorota* (<http://community.livejournal.com/gorota>). Оно было создано 25 февраля 2004 г., владелец и смотритель — пользователь *britanetz*. Это ЖЖ-сообщество было создано компанией интернет-пользователей, уже знакомых между собой реально или виртуально. Уже в первых сообщениях присутствуют черты образа гопника, которые были явно оговорены участниками заранее — любовь к семечкам, предпочтение спортивным костюмам. На первых порах в сообществе можно было встретить довольно много «междусобоя» — его члены фотографировали друг друга в «гопническом» облике, размещали фотографии с собственных коллективных встреч «в реале». 6 февраля 2005 года возникло ЖЖ-сообщество «Русский Гоп Стоп» (*ru_gop_stop*), владелец — пользователь *booblik*. 3 октября 2005 года появилось ЖЖ-сообщество *gorota_ru*, создатели — пользователи *eistian* и *jakonda*. К моменту возникновения *gorota_ru* канонический образ гопника был уже достаточно хорошо разработан.

Большинство посетителей данных ресурсов позиционировали себя именно как гопников: они писали свои сообщения на специфическом жаргоне, вели себя грубо и вызывающе (как и полагается гопникам), рассказывали душераздирающие истории о своей нелегкой жизни. Однако, как уже было сказано выше, это общение имело игровой характер; подобные игровые сообщества типичны для Интернета [Альтернативная, 2005, с. 171–172]. В действительности посетителями перечисленных ЖЖ-сообществ были обычные интернет-пользователи, в реальной жизни к уличной среде имевшие малое отношение; в этом можно было убедиться, проследив их поведение за пределами сообществ. Пользователь *jakonda*, создатель и администратор ЖЖ-сообщества *gorota_ru*, во время интервью весной 2011 года на наш вопрос «Сколько среди участников сообщества реальных гопников?» назвала исчезающе маленькую цифру — 2%. В сообществе *gorota* мы дважды наблюдали ситуацию: молодые журналистки пытались взять интервью хоть у кого-нибудь из «настоящих гопников», но никто из участников сообщества не согласился, а на вопрос «Где же гопников найти?», отвечали уклончиво: «Любой конечной станции метро»; «По курскому направлению на Столбовой их много».

Динамику активности в «гопнических» ЖЖ-сообществах можно увидеть на рис. 1. Как и многие информационные процессы, происходящие в Интернете [Радченко, 2007], игра начинается взрывообразно, достигает своего пика и достаточно быстро сходит на нет. Активность достигла пика к 2006–2007 годам, но потом стала затухать, и к 2010 году практически исчезла. Частично это связано с затуханием моды,

¹ Похожая стилистика встречается в сюрреалистическом фильме «Одиссея — год 1989» (реж. И. Хотиненко, 2003), возможны и другие источники, но именно ролик «G.O.P. projekt» преобрел большую популярность и, видимо, стал основным транслятором идеи.

но более важным фактором является исчезновение интереса пользователей к платформе ЖЖ; они ушли на новые, более современные ресурсы. В сети «ВКонтакте» возникло сообщество «Я ненавижу Быдло-Гопов» (https://vk.com/anti_gop), близкое по тематике «гопническим» сообществам ЖЖ; однако, хотя пользователи здесь высказываются от первого лица и в брутальной стилистике, но ролевой игры в канонического «гопника» здесь уже нет.

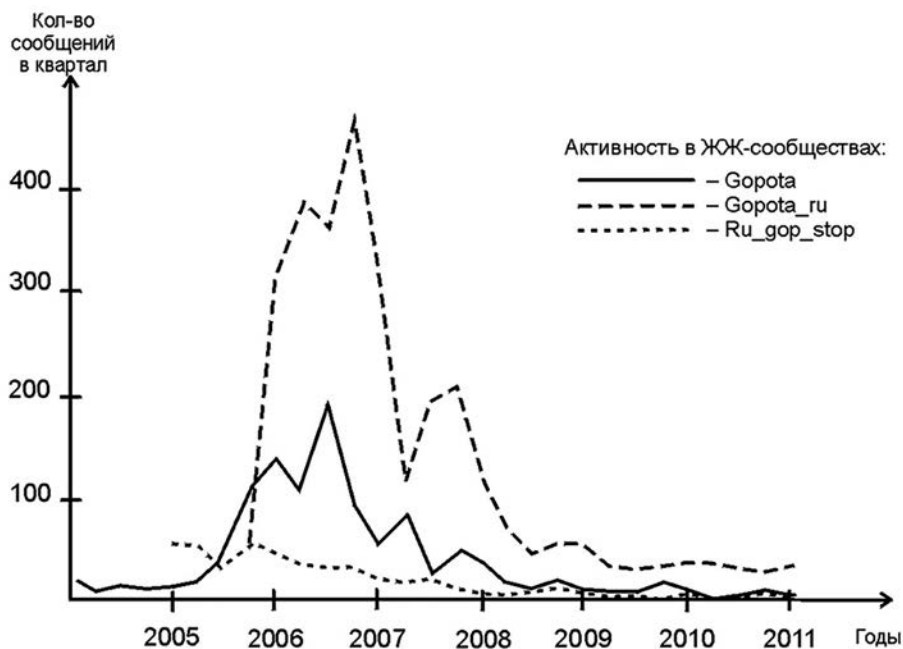


Рис. 1. Активность «гопнических» ЖЖ-сообществ на протяжении 2004–2011 годов

Для большинства исследователей игровая сущность этого явления понятна (см., напр.: [Тихомиров, 2011]), однако встречаются и случаи, когда общение в «гопнических» сообществах сторонними наблюдателями воспринимается всерьез, они не понимают его игрового характера; черты мифологизированного «интернет-гопника» можно встретить, в частности, в литературе о подростковой преступности.

Получивший широкую популярность в Интернете, образ «гопника» стал активно эксплуатироваться в самых разных областях масс-медиа — в музыке, живописи, кинематографе, на телевидении. Например, еще в 2007–2008 годах в данном образе работала могилёвская рэп-группа «Спарцмэн» (позже — «Словооружие»); в 2009 году получил широкую популярность В. Хахалкин, читавший рэп под псевдонимом Сява и воплотивший образ интернет-гопника на сцене; ролевые «гопнические» песни исполняли Ноггано, Доширак и др.; были попытки дать жанру «гопнического» рэпа название — гоп-хоп. В 2009 году было запущено телевизионное скетч-шоу

«Даёшь, молодёжь!», в 2010 – сериал «Реальные пацаны»; появилось большое количество песен, анекдотов и т.д.

Образ гопник`а в его каноническом интернет-варианте стал известен и на Западе [Пацаны, 2017]. Ряд деятелей поп-культуры используют его для создания собственных имиджей. В целом гопник воспринимается как комическая маска с элементами восточноевропейской экзотики – протак, стремящийся казаться брутальным.

ИНТЕРНЕТ-ГОПНИК: КОНСТРУКТОР ДЛЯ СБОРКИ

Образ гопника, сформированный в Интернете (прежде всего на специализированных сайтах, посвященных данной теме), сводится к определенному набору атрибутов. Речь идет об определенном «конструкторе», наборе деталей, с помощью которых все желающие могут создать виртуальный образ «настоящего гопника» (рис. 2). Эти «детали» могут быть объединены в несколько групп: особенности внешнего образа, особенности поведения, эстетические пристрастия, язык и др.

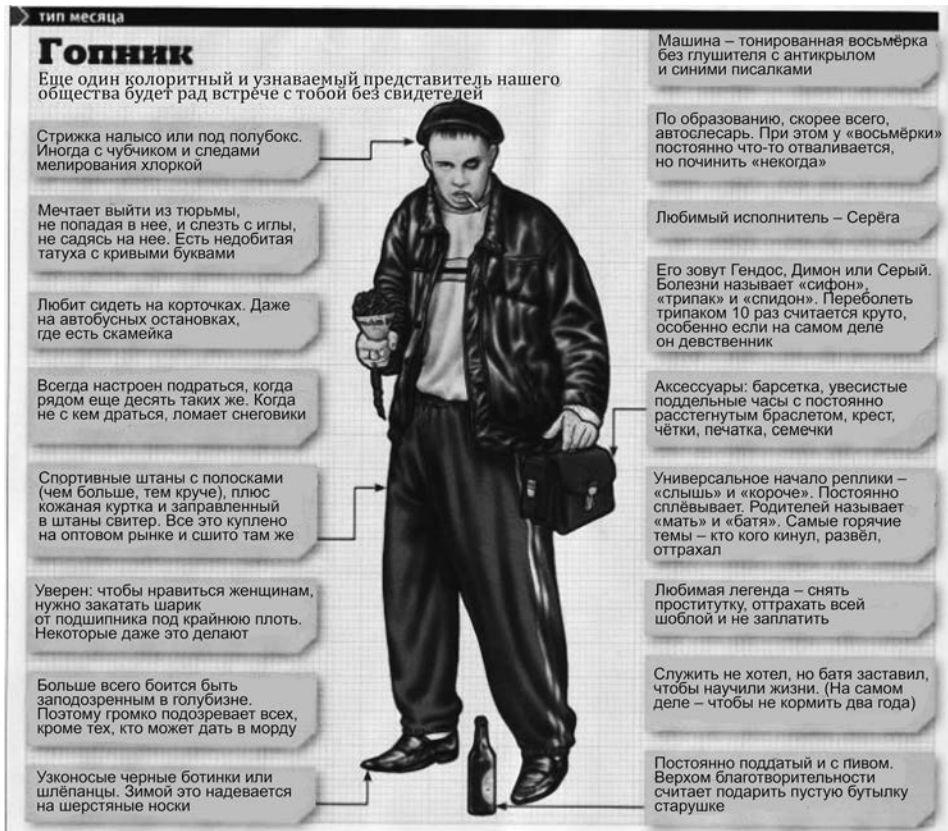


Рис. 2. Описание «канонического гопника» в инфографике

Перечислим атрибуты интернетовского гопника (далее – просто *гопник*).

Внешний вид. Гопникам приписывается повышенный интерес к ношению спортивной одежды, прежде всего спортивных штанов или курток; из обуви предпочтение отдается кроссовкам. Особенно ценятся фирменные вещи марок Adidas и Puma, вернее их подделки. Наиболее ярким примером подделки считается спортивная одежда и обувь с лейблом Abibas (внешне лейбл копирует Adidas с учетом замены d на b), рассказывают также об «адиадсах», «асидаках» и прочих видоизменениях лейбла. В холодное время года гопник носит куртку темных тонов из кожзаменителя. На голове у гопника кепка (т.н. «таблетка», или «восьмиклинка») или бейсболка. Зимой и осенью носят вязаную шапку, т.н. «пидорку». Иногда кепка или шапка помещается на самом затылке.

В целом одежда гопника должна быть аляповатой, безвкусной, но при этом по своему щегольской. Гопник любит демонстрировать форс, хотя и не имеет для этого ни вкуса, ни финансовых возможностей. Как верх форса, помноженного на глупость, указываются особо изощренные способы ношения одежды, например, кожаная куртка, заправленная в спортивные штаны, или штаны, заправленные в носки. Еще один пример: ношение гопниками «приличных» черных ботинок вместе со спортивными штанами или шортами.

Типичная для гопника стрижка – налысо или очень короткая, иногда с челкой («полубокс»). Высоко ценится наличие на теле татуировки, особенно тюремной. Гопникам приписывается любовь к ношению барсеток; часто высказывается мнение, что ценных вещей в барсетке не присутствует, ее носят «для красоты».

Мимика и кинесика. Пожалуй, самым важным атрибутом гопника является выражение его лица. Оно должно быть агрессивным и глупым, на нем должно быть выражение злобы, тупости и умственной убогости. В отношении лица рассматриваемого нами персонажа уместно употребить разговорное выражение «рожа кирпичом», или «рожа просит кирпича». Ценятся штрихи, дополняющие такое впечатление: отсутствие зубов, синяки, шрамы, пластырь на лице, кривые улыбки, вывернутые губы (как это было бы при слабоумии).

Один из самых ярких и запоминающихся атрибутов гопников – их привычка сидеть на корточках («на кортках»). Приписываются им и некоторые другие привычки, например, демонстративное кручение на пальце связки ключей (или упомянутой выше барсетки).

Пищевые пристрастия. Согласно стереотипам, гопник испытывает страсть к лузганию семечек («семок»). Из алкогольных напитков он предпочитает пиво марки «Жигулёвское» («Жига») – это самый дешевый сорт – и слабоалкогольный баночный коктейль «Ягуар» («Яга»). Грызет семки и пьет «жигу» гопник прилюдно, на улице. Иногда он делает это, не вставая с корток.

Среда обитания. Гопники живут в микрорайонах на окраине города. Типичный фон для фотографии, соответствующей «гопническому» канону, это обшарпанная

подворотня, грязный подъезд, помойка, небогато обставленная квартира, индустриальный пейзаж, столик на пустыре. Например, на фотографии, заглавной для сообщества `gorota_ru`, гопники и гопницы сфотографированы в общественной уборной (на заднем плане видны открытые дверцы кабинок).

Исключение составляют фотографии пацанов, которые «пришли к успеху». Тут, наоборот, появляется антураж, свидетельствующий о богатстве: дорогие автомобили («крутые тачки»), рестораны, красивые девушки-фото модели.

Эстетические предпочтения. Из музыки гопники любят т.н. русский шансон. Чаще всего в числе художественных предпочтений упоминаются Михаил Круг, Катя Огонёк, группы «Бутырка» и «Воровайки».

Поведение. Тупому и грубому гопнику свойственно бессмысленное времяпровождение — он слоняется по улицам в безделье, пьет алкоголь, сорит подсолнечной шелухой.

Характерной формой деятельности являются нападения на «лохов» — таким образом гопник зарабатывает себе на жизнь. «Разводка лоха» на деньги и вещи (чаще всего это мобильный телефон) — это целое искусство, основанное на напористости, отработанных приемах подавления личности. Гопник склонен к физическому насилию, особенно в отношении слабых.

Также он проявляет сексуальную активность. Он стремится завязать как можно больше знакомств с девушками, преподнося себя как мачо. Однако успех он имеет практически всегда только у девушек определенной категории — гопниц.

Криминал и тюрьма. Маскулинный идеал, к которому стремится гопник — образ брутального мужчины уголовной направленности. Отсидеть в тюрьме (или иметь к ней какое-то отношение) — это предмет гордости. Часто в сообществах публикуются фотографии с зоны, иногда сопровождающиеся теплыми отзывами об осужденных и уголовной романтике.

Стоит упомянуть и интерес гопников к оружию — часто можно увидеть, как они позируют с ножами, пистолетами (обычно это сувенирные зажигалки), бейсбольными битами и другими подобными предметами.

Речь. Существует определенная стилистика речи гопника. Прежде всего, речь в обилии пересыпана матерными словами и выражениями. При подборе для статьи поясняющих примеров мы столкнулись с затруднением — обойтись без цитирования мата было практически невозможно¹. Речь гопника подчеркнута безграмотна.

¹ При цитировании мы сокращали матерные слова с помощью отточий. Полностью приводятся только сокращения-эвфемизмы, принятые во время общения в Интернете («пох», «епт» и др.).

Для создания образа гопника используется определенный лексикон. На «гопнических» сайтах можно встретить словари соответствующей лексики, как правило, они сделаны в юмористическом ключе.

Наибольшее количество оригинальных выражений «гопнического» интернет-сленга относится к ситуации разводки лоха. В реальности в среде уличных пацанов речевое поведение в ситуации конфликта и агрессии действительно часто рассматривается как своеобразное искусство; по крайней мере, эта ситуация предполагает высокую степень красноречия и мастерства манипуляции (см., напр. [Шашкин, 2009]). Получила отражение данная практика и в речи интернетовских «гопников». В число ключевых слов («списки интересов») ЖЖ-сообществ входят выражения (в алфавитном порядке): «а в рыло?», «гани бабло сука», «дай 10ку», «дай позвонить», «за базаром следи», «закурить есть?», «мелочь есть чо?», «найду мое?», «не пацан штоль?», «не понял», «не хватает», «ты с какова раёна?», «чо за на..й», «щас по е..лу палучишь». Все эти выражения используются при конфликтах, при давлении на лохов с целью их «натупить» и «загрузить базаром».

Однако гопническая речь в Интернете основывается не только на специфическом лексиконе, но и на специфической стилистике фразы. В качестве примеров приведем еще несколько фраз, которыми посетители ЖЖ-сообществ самоутверждаются в беседах друг с другом, следуя традициям «пацанских тёрков» и «разводки лохов»:

«э, слышь, абароты сбавь» [G2, 11.12.2006, комм.]¹;

«ты кому “на” базлаешь, парнишка? ты чо, спартсмен, на? ты восстал? чо за терки? ты проблем захотел? ну так будут, ебт» [G2, 07.12.2006, комм.];

«Не ты чё так смотришь неправильно. я всё вижу» [G1, 22.10.2005, комм.];

«Братуха, тока не ломись? Есть мелочишка? А мобила?» [G1, 22.10.2005, комм.];

«Мне б...я чё, послышалось???» [G2, 1.02.2006];

«Где живешь говори лошара» [G2, 2.12.2007]; и др.

«Гопнический» стиль речи в Интернете испытал большое влияние «падоночьего» («албанского») языка (см., напр., [Муравьева, Мухаева, 2007; Таратухина, 2007]), пик популярности которого пришелся на 2005–2006 годы, что примерно совпало с пиком популярности «гопнических» ЖЖ-сообществ.

Гопницы. Гопник — это молодой мужчина. Однако в Интернете разрабатывается и образ девушки-гопницы. Этот образ примерно аналогичен каноническому, но в женском варианте. Гопница тоже безвкусно и аляповато одевается (плюс к тому еще и безвкусно накладывает косметику), сидит на коротках, пьет пиво, грызет семки. У нее не обязательно агрессивное, но всегда глуповатое выражение лица. Высказывается мнение, что гопницы — большей частью крашенные блондинки (или же что гопники выказывают большое пристрастие к крашеным блондинкам).

¹ В квадратных скобках даются ссылки на высказывания в ЖЖ-сообществах. Указывается ЖЖ-сообщество (G1 — gopota, G2 — gopota_ru) и дата записи в нем.

Повзрослевшие гопники. «Гопнические» ЖЖ-сообщества уделяют внимание и «повзрослевшим» пацанам. Это мужчины средних лет, которые, по мнению участников сообщества, имеют гопнические черты; например, это может выражаться в ношении кожаных курток и кепок. Можно выделить два крайних состояния такого образа.

1. Деградивовавший мужчина. Явно выраженные черты алкоголизма. Часто подчеркивается его связь с уголовным миром (это заключенный или ранее судимый; он покрыт тюремными татуировками).
2. Мужчина, «пришедший к успеху». Он окружен предметами роскоши, хорошо одет, под рукой дорогая «тачка» и «клёвая шмара». Высшее обозначение успеха – гопнические черты придаются видным политикам. Так, известность получила смонтированная в компьютерной программе-редакторе фотография известного политика («хозя всех хозь»), сидящего на кортках в пацанской одежде.

ПРИЕМЫ СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО

Креатив, публикуемый в «гопнических» ЖЖ-сообществах, не всегда изображает гопника комическим персонажем. Тем не менее, высмеивание гопоты является ключевым направлением разработки этого образа. Можно выделить следующие приемы конструирования комического, используемые при создании «гопнического» креатива.

1. Несоответствие демонстрируемой крутизны и пафосности более чем скромному уровню культуры и благосостояния.

Как мы уже указывали выше, это может выражаться в несостыковке стилей одежды; или же в демонстрации показного форса. У «пацанов, пришедших к успеху» это несоответствие еще более увеличивается – окружающие их предметы роскоши не соответствуют их внешнему облику.

Показная крутизна гопника не соответствует его реальной бедности – он пьет самое дешевое пиво и покупает в ларьке сигареты поштучно.

Следование правилам пацанской чести и нормам «правильного» поведения не соответствует реальному «быдловатому» поведению – гопник невосдержан в пьянстве и со временем идет к алкоголизму (на «гопнических» сайтах популярны фотографии пьяниц, спящих где попало).

2. Введение в гопническую эстетику образов, никак не связанных с гопотой и несопоставимых с ней семантически. Комический эффект возникает на контрасте соединенных воедино дискурсов. Например, в Сети можно встретить текст «Учение Дончика Коляна», в качестве автора указан Кирилл Кастаненко [G1, 24.04.2007]. В данной пародии на «Учение Дона Хуана» Карлоса Кастанеды некий «студент исторического факультета» рассказывает, как он прошел обучение у гопника из

сибирского города Искитим (у Кастанеды – Икстлан) и даже превзошел его, став Здравым Пацаном. Высоколобая мистика Кастанеды здесь перекодирована в образы «гопнического» мифа.

Комический эффект может достигаться введением гопников в мир компьютерной техники и Интернета; сопоставлением гопников с руководителями из высших эшелонов власти, с представителями прокремлевских молодежных движений и др.

3. Совмещение гопнической эстетики с сентиментальностью и наивностью. Например, как комические образы преподносятся фотография двух мужчин средних лет (видимо, повзрослевших гопников), с упоением глядящих на улице кота [G2, 25.02.2001].

ГОПНИК КАК ИГРА

Суть происходящего на «гопнических» интернет-ресурсах трудно понять, если не учитывать понятие *игры*. Собирающиеся здесь как бы надевают на себя маски гопников и разыгрывают их роли (см., напр., рис. 3).



Рис. 3. Пример постановочного фото «канонических гопников»

Во многом эта игра представляет собой творческие упражнения: нужно найти или сделать в рамках канона хорошую фотографию или фотомонтаж (фотожабу), написать смешной текст и т.д. Но больший интерес для нас представляет «гопническое» общение как коллективная *ролевая игра*. Выкладывая сообщения, члены сообщества предполагают, что все присутствующие будут их обсуждать, не выходя из гопнического образа.

Например, некто под ником Norm_rasap рассказал о том, как он, не опасаясь потерять лицо «пацана в уважении», все выходные по просьбе бати помогал ему чистить и заливать бетоном гараж. После этого Norm_rasap предложил собравшимся «на хате» обсудить взаимоотношения отцов и детей (пацанов) [G2, 02.12.2007]. На предложение поговорить о родителях откликнулось 23 человека, все они были согласны с тем, что «надо родителям помогать» и пацан «всё правильно сделал». При этом практически все высказывались в рамках заданной роли. В том числе один из участников обсуждения в подробностях рассказал, как отец-алкоголик ему без всякого повода «в глаз отвертку попытался воткнуть — зарезал бы», после чего «уважение потерял» и был изгнан из дому: «Кароч, после этого я его больше не видел... Порой думаю... все-таки правильно ли я сделал. Отец все же». Наконец, еще один присутствующий «на хате» развил образ — он обратился к автору высказывания не как пацан к пацану, а как опытный уголовник к молодому. При этом текст его «нравоучительной речи» также явно был умелой стилизацией.

Игра предполагает не только «правильные базары» участников, но и создание ими виртуального образа. Некоторые из них берут себе гопнический ник: Norm_rasap, Patsan4eg, Ne_zapadlo, Starik_v_kerke и др. Подбираются себе и соответствующие юзерпики (аватарки) — как правило, изображения «гопников» и людей, похожих на них (в том числе один из участников сообщества использовал в этих целях портрет коротко стриженного В.В. Маяковского). Довольно многие участники «гопнических» сообществ заводят для игры в гопников специальные журналы; иначе говоря, формируют «виртуалов» специально для того, чтобы от их лица играть.

Чтобы убедиться в игровом характере поведения на «гопнических» сайтах, можно сравнить, как один и тот же пользователь пишет здесь и в своих обычных сообщениях. Очень часто это два совершенно разных стиля — куда-то исчезает подчеркнутая гопническая безграмотность и, наоборот, появляется литературная складность речи.

Игровое поведение с применением той или иной субкультурной маски — черта, типичная для молодежных сообществ. Эти маски могут вырабатываться и для замкнутых дружеских компаний, и для субкультур (где игровая маска, собственно, является частью субкультурного имиджа).

Работает ли концепция Ирвина Гофмана для описания игры в гопника?

Концепция социальной драматургии Ирвинга Гофмана [Гофман, 2017; Гофман, 2000] рассматривает различные социальные действия, производимые человеком, как акты самопрезентации, построенные по принципу театрального действия. Собственно действия описываются как *исполнение* (performance) на публику; с помощью исполнения создается *передний план* (front). Презентации «переднего плана» осуществляются в некой *обстановке, сценическом оснащении* (stage props) — совокупности предметов, окружающих театрализованное действие, создающих его фон, наполняющих его символическими значениями. С точки зрения

«театрального» действия, по Гофману, можно выделить зоны переднего и заднего плана. *Зона переднего плана* (front regions) – это пространство, которое позволяет публике видеть делающих действие. *Зона заднего плана* (back regions), или *закулисы* – пространство, выключенное из зоны действия; здесь участники действия отдыхают, занимаются внутригрупповыми делами, подготавливают действия для зоны переднего плана. Исполнитель роли создает зону переднего плана и манипулирует ей с помощью приемов *управления впечатлением* (impression management). В начале 1970-х годов Гофман развил концепцию социальной драматургии, уделив внимание разработке понятия *фрейма* (англ. frame – кадр, рамка) [Гофман, 2004]. Он называет фреймами определения ситуации, основанные на принципах организации, управляющих событиями, и вовлеченности в события.

Рассматриваемая игра в гопников легко раскладывается на составляющие с помощью данного инструментария:

- пользуясь возможностями, которые предоставляет Интернет, исполнитель может не выходить из заднего плана совсем, создавая в зоне переднего плана только собственную маску и управляя впечатлениями;
- сценарием игры является собственно набор правил, по которым создается канонический образ «гопника»: уяснив этот набор (специально он нигде не указан), исполнитель может не только создавать требуемый передний план, но и вступать во взаимодействие с другими исполнителями, которые следуют тому же сценарию – например, затеять с ними игровой конфликт; в случае диалога его участники являются одновременно и исполнителями, и зрителями;
- сценарий обеспечивает сценическое оснащение и набор инструментов, которыми исполнители создают свой образ: заявленной условиями одеждой, кинесикой, предметным рядом, манерами поведения; например, исполнитель может сфотографироваться в каноническом образе и выложить свое фото с соответствующими комментариями.

При том что основной механизм самопрезентации (по Гофману) работает, рассматриваемая ситуация не совсем соответствует тем социальным процессам, которые описывает Гофман. Под «представлением себя другим», он подразумевает прежде всего неигровое поведение, предполагающее искреннее желание произвести личное впечатление на окружающих: «Поскольку маска представляет понятие, которое мы составили о себе, представляет роль, которую мы стараемся оправдать своей жизнью, – эта маска есть наше более истинное Я, чем то Я, каким нам хотелось бы быть» [Гофман, 2000, с. 52]. Игра в гопников, напротив, не предполагает такого целенаправленного произведения впечатления, участники коммуникации как правило в курсе, что их партнеры в масках, и не стремятся заглянуть за кулисы исполнения.

Ближе к нашему случаю описываемая Гофманом ситуация, когда, в отличие от «исполнения реального, искреннего, или честного», практикуется «исполнение фальшивое, которое монтируют для нас старательные фабрикатеры, будь то с расчетом

на несерьезное восприятие, как в работе актеров на сцене, или на серьезное, как в работе аферистов» [Гофман, 2000, с. 105]. И хотя под фабрикацией Гофман тоже понимает неигровую целенаправленную манипуляцию [Гофман, 2004, с. 145], здесь речь уже идет об игре как таковой – действии, предполагающем прежде всего не прагматическое, эстетическое наполнение.

Исследователи интернет-коммуникации, использующие теорию социальной драматургии, часто рассматривают создание виртуальной маски для тех случаев, в которых маска действительно соответствует реальной личности; например, часто это происходит через создание аватара – специального игрового персонажа, представляющего пользователя [Donath, 2001; Boellstorff, 2008]. Напротив, «игра в гопников» предполагает создание онлайн-идентичностей, весьма отдаленных от личностных характеристик самого исполнителя. В рассматриваемом нами случае можно говорить скорее об «идентификационном туризме» [Jones, 2006], в ходе которого пользователи, используя потенциал анонимности, могут полностью изменять пол, расу, возраст и прочие личностные характеристики. Исполнители игры осваивают новый опыт. Впрочем, как показывает рассмотрение их мотивации, в следовании образу гопника у них все-таки есть некоторая личная заинтересованность.

МОТИВАЦИЯ УЧАСТНИКОВ ИГРЫ

Какие мотивы подвигли участников «гопнических» сообществ включаться в их деятельность? Об этом можно судить по нескольким интервью, взятым у активных участников ВК-сообщества «Я ненавижу Быдло-Гопов», которое, как уже говорилось, является преемником ЖЖ-сообществ (в самом ЖЖ проводить интервьюирование сейчас затруднительно, пользователи сюда уже не заходят; кроме того, многие потеряли к теме всякий интерес, и еще в 2011 году они шли на контакт неохотно). Интервью позволяют выделить следующие мотивы.

1. Социальные мотивы

1.1. Социальные проблемы, существующие в городах постсоветского пространства, продолжают существовать: здесь есть прослойка населения с низким культурным уровнем; представители этой прослойки подвергаются осмеянию: «всем нравится издеваться над гопами и гопницами, они же глупые и смешные» [инф. 1].

1.2. Контент «гопнических» ЖЖ-сообществ фактически являлся социальной сатирой – в нем высмеивался определенный социально-культурный слой.

2. Терапевтические мотивы

2.1. Происходит конструирование собственного позитивного «Я» на фоне негативного образа «гопников» и их подруг. «Когда смеешься над кем-то тупым и злобным, чувствуешь, какой ты сам белый и пушистый» [инф. 2].

2.2. В реальности «гопники» являются источниками опасности; каждый если не подвергался агрессии с их стороны, то испытывал страх перед ней. Высмеивание опасности, представление ее в ничтожной, комической форме – защитная реакция, вытеснение страха, стремление компенсировать фрустрированность.

2.3. Участникам коммуникации может доставлять удовлетворение проявление брутальной маскулинности и агрессивности.

3. Мотивы эмпатии

3.1. «Гопники» могут вызывать определенную социальную эмпатию: среди участников коммуникации могут встречаться те, кто входит сейчас в уличную среду или входил туда раньше, сохранив положительное отношение к ней: «До института я сам рос в этой среде, и многие были на улице, даже делами там занимались» [инф. 3].

3.2. Встречается и определенная психологическая эмпатия: «Я сама чувствую в себе какое-то такое гопничество. Иногда я бываю грубой и резкой; из-за этого, наверно, и стала вести это сообщество» [инф. 4].

4. Гедонистические мотивы

4.1. Игра сама по себе предполагает получение удовольствия; это удовольствие знакомства с публикуемыми материалами, спора, самовыражения, коммуникации.

4.2. Несмотря на явную сатирическую направленность «гопнических» сообществ, в них есть заметная эстетическая составляющая – безобразное тоже может быть привлекательным. Стилистический китч, аляповатость, доходящая до комического брутальность, неадекватное самолюбование, туповатая сексуальность – всё это дает материал для языкового, литературного и изобразительного творчества. Пабрики, разрабатывающие тематику «эстетичности безобразного», в русскоязычном Интернете встречаются часто.

В начале параграфа говорилось о том, что «игра в гопников» имеет чисто отвлеченный характер, она не является продолжением жизни исполнителя, а создаваемый им образ не является отражением его личности. Создавая свой передний план, исполнитель надевает маску, которая не отражает его реальной личности; эта маска – чисто игровая, прочие участники коммуникации (по крайней мере, большинство из них) не испытывают иллюзий касаясь реальности происходящего, они знают, что их игровые партнеры (или, по Гофману, их команда [Гофман, 2000, с. 112]) тоже понимают игровой характер происходящего и знают, что в жизни все они не такие, как в игре.

Однако теперь нужно сделать разворот обратно к взглядам Гофмана. Рассматривая мотивацию участников, мы видим, что помимо отвлеченной эстетическо-игровой составляющей, в списке мотивации (п. 4.1, 4.2) есть и социально-психологические факторы.

Во-первых, это виртуальное (и соответственно, искаженное) отражение социальной реальности, окружающей участников сообщества: они знакомы с агрессивной уличной средой (п. 1.1), иногда сами являются ее представителями (п. 3.1). Как отмечал Гофман, исполнение оказывается удачным и хорошо воспринимается зрителем, если оно основано на общем социальном опыте; иначе говоря, «благодаря “предварительной социализации”, давно уже приучавшей его к реальности, которая только теперь становится для него актуальной» [Гофман, 2000, с. 107].

Во-вторых, игра имеет терапевтический эффект. Наделяя опасность комическими чертами, сознательно принижая ее, пользователи изживают свои страхи перед уличным насилием (п. 2.2). Они в игровой форме проявляют свои черты характера, в том числе отрицательные, расцениваемые как «гопнические» (п. 3.2); позитивные ощущения дают демонстрация брутального поведения (п. 2.3), языковая игра (п. 4.2), создание постановочных фото- и видеоматериалов; на основании принижения «гопников» конструируется собственное позитивное Я (п. 2.1). Участие в игре дает возможность «идентификационного туризма», позволяющего проживать различные состояния; этому способствует большая раскованность поведения онлайн в сравнении с состоянием оффлайн [Suler, 2004], анонимизация в общении онлайн позволяет скрывать нежелательное поведение [Bullingham, 2013, с. 109]. В какой-то степени к игре в гопников можно применить слова, сказанные о другой игровой платформе: «Здесь [пользователи] одновременно конкретизируют свои индивидуалистические фантазии и обучаются (...) обнажают свои души, делятся информацией, развивают сообщества; они излагают аспекты себя, которых они не знали, были слишком смущены, чтобы их признать или всегда хотели с ними справиться» [Gottschalk, 2010, с. 521–522].

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА

Альтернативная культура: Энциклопедия. Екатеринбург: Ультра. Культура, 2005. 236 с.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. 304 с.

Гофман И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН; ФОМ, 2004. 752 с.

Гофман И. Поведение в публичных местах: Заметки о социальной организации сборищ. М.: Элементарные формы, 2017. 379 с.

Молодежные уличные группировки / Сост. Д.В. Громов. М.: ИЭА РАН, 2009. 340 с.

Муравьева Н.Г., Мухаева И.Е. «Превед, медвед»: от субкультурного сленга к «норме» языка? // *Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции к виртуальности. Сборник статей*. М.: ГРЦРФ, 2007. С. 76–82.

«Пацаны вообще ребята». Как русские гопники покорили интернет и научили Запад сидеть на кортах // *Lenta.ru*. 21.01.2017. URL: <https://lenta.ru/articles/2017/01/21/rave> (дата обращения – 15 октября 2019 г.).

Радченко Д.А. Сетевой фольклор как способ осмысления актуальной реальности // *Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции к виртуальности. Сборник статей*. М.: ГРЦРФ, 2007. С. 63–75.

Тихомиров С.А. «Креатив» в молодежной культуре: особенности конструирования образа гопника // *Международный журнал исследований культуры*. 2011. № 1(2). С. 155–161.

Шашкин А.В. Улица: свои и чужие (на материале молодежных группировок городов Среднего Поволжья) // *Молодежные уличные группировки*. М.: ИЭА РАН, 2009. С. 149–184.

Arundale R. Face as emergent in interpersonal communication: An alternative to Goffman, in *Bargiela-Chiappini F., Haugh M. (eds) Face, communication and social interaction*. London: Equinox, 2010. Pp. 33–54.

Boellstorff T. *Coming of age in Second Life: An anthropologist explores the virtually human*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2008. 348 p.

Bullingham L., Vasconcelos A.C. 'The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities // *Journal of Information Science*. 2013. № 1(39). Pp. 101–112.

Donath J. Mediated faces // *Beynon M. (ed.) Cognitive technology: Instruments of the mind*. Berlin: Springer, 2001. Pp. 373–390.

Goffman's legacy / Ed. by A. Javier Trevino. Lanham, MD: Rowman and Littlefield, 2003. 312 p.

Gottschalk S. The Presentation of Avatars in Second Life: Self and Interaction in Social Virtual Spaces // *Symbolic Interaction*. 2010. Vol. 33. Issue 4. Pp. 501–525.

Jacobsen M. Goffman through the looking glass: From 'classical' to contemporary Goffman // *Jacobsen M. (ed.) The contemporary Goffman*. London: Routledge, 2010. Pp. 1–50.

Jones D.E. I, avatar: Constructions of self and place in Second Life and the technological imagination // *Gnovis. Journal of Communication, Culture and Technology*. 2006. № 6. Pp. 1–32.

Laughey D. *Key themes in media theory*. Maidenhead: Open University Press, 2007. 248 p.

Ling R. *New Tech, New Ties: How Mobile Communication Is Reshaping Social Cohesion*. Cambridge, Mass., 2008. 224 p.

Miller H., Arnold J. Identity in cyberspace // *Wheeler S. (ed.) Connected minds, emerging cultures: Cybercultures in online learning*. Greenwich: IAP, 2009. Pp. 53–64.

Pinch T. The Invisible Technologies of Goffman's Sociology. From the Merry-Go-Round to the Internet // *Technology and Culture*. Vol. 51. Number 2. April, 2010. Pp. 409–424.

Sannicolas N. Erving Goffman, Dramaturgy, and On-Line Relationships, in *Cybersociology*. 1997. № 1. URL: http://www.cybersociology.com/files/1_2_sannicolas.html (дата обращения – 15 октября 2019 г.).

Suler J. The Online Disinhibition Effect // *CyberPsychology & Behavior*. Vol. 7. № 3. 2004. Pp. 321–326.

Waksler F.C., Psathas G. Selected books and articles about Erving Goffman and of related interest // *Human Studies*. 1989. № 12. Pp. 177–181.

REFERENCES

Al'ternativnaya kul'tura: Enciklopediya [Alternative culture: an encyclopedia]. Ekaterinburg: Ul'tra. Kul'tura, 2005. 236 p. (in Russian).

Goffman E. *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoj zhizni* [Presenting oneself to others in everyday life]. M.: "KANON-press-C", "Kuchkovo pole", 2000. 304 p. (in Russian).

Goffman E. *Analiz frejmov: Esse ob organizacii povsednevnogo opyta* [Frame Analysis: Essays on the organization of everyday experience]. M.: Institut sociologii RAN; FOM, 2004. 752 p. (in Russian).

Goffman E. *Povedenie v publichnyh mestah: Zametki o social'noj organizacii sborishch* [Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings]. M.: Elementarnye formy, 2017. 379 p. (in Russian).

Molodezhnye ulichnye gruppirovki / Sost. D.V. Gromov [Youth street groups / Comp. D. V. Gromov]. M.: IEA RAN, 2009. 340 p. (in Russian).

Murav'eva N.G., Muhaeva I.E. "Preved, medved": ot subkul'turnogo slenga k "norme" yazyka? ["Preved, Medved": from subcultural slang to the "norm" of the language?], in *Folk-art-net: novye gorizonty tvorchestva. Ot tradicii k virtual'nosti. Sbornik statej* [Folk-art-net: new horizons of creativity. From tradition to virtuality. Collected papers]. M.: GRCRF, 2007. Pp. 76–82 (in Russian).

"Pacany voobshche rebyata". Kak russkie gopniki pokorili internet i nauchili Zapad sidet' na kortah ["Boys are guys". How Russian Gopnik conquered the Internet and taught the West to sit on the courts], in *Lenta.ru*. 21.01.2017. Available at: <https://lenta.ru/articles/2017/01/21/rave> (accessed 15 October 2019).

Radchenko D.A. *Setevoj fol'klor kak sposob osmysleniya aktual'noj real'nosti, in Folk-art-net: novye gorizonty tvorchestva. Ot tradicii k virtual'nosti. Sbornik statej* [Folk-art-net: new horizons of creativity. From tradition to virtuality. Collected papers]. M.: GRCRF, 2007. Pp. 63–75 (in Russian).

Tihomirov S.A. "Kreativ" v molodezhnoj kul'ture: osobennosti konstruirovaniya obraza gopnika ["Creative" in youth culture: features of designing the image of Gopnik], in *Mezhdunarodnyj zhurnal issledovanij kul'tury*. 2011. № 1(2). Pp. 155–161 (in Russian).

SHashkin A.V. *Ulica: svoi i chuzhie (na materiale molodezhnyh gruppirovok gorodov Srednego Povolzh'ya)* [Street: their and others (on the material of youth groups of cities of

the Middle Volga region)], in *Molodezhnye ulichnye gruppировки* [Youth street groups]. M.: IEA RAN, 2009. Pp. 149–184 (in Russian).

Arundale R. Face as emergent in interpersonal communication: An alternative to Goffman, in *Bargiela-Chiappini F., Haugh M. (eds) Face, communication and social interaction*. London: Equinox, 2010. Pp. 33–54.

Boellstorff T. *Coming of age in Second Life: An anthropologist explores the virtually human*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2008. 348 p.

Bullingham L., Vasconcelos A.C. 'The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities, in *Journal of Information Science*. 2013. № 1(39). Pp. 101–112.

Donath J. Mediated faces, in Beynon M. (ed.) *Cognitive technology: Instruments of the mind*. Berlin: Springer, 2001. Pp. 373–390.

Goffman's legacy / Ed. by A. Javier Trevino. Lanham, MD: Rowman and Littlefield, 2003. 312 p.

Gottschalk S. The Presentation of Avatars in Second Life: Self and Interaction in Social Virtual Spaces, in *Symbolic Interaction*. 2010. Vol. 33. Issue 4. Pp. 501–525.

Jacobsen M. Goffman through the looking glass: From 'classical' to contemporary Goffman, in Jacobsen M. (ed.) *The contemporary Goffman*. London: Routledge, 2010. Pp. 1–50.

Jones D.E. I, avatar: Constructions of self and place in Second Life and the technological imagination, in *Gnovis. Journal of Communication, Culture and Technology*. 2006. № 6. Pp. 1–32.

Laughey D. *Key themes in media theory*. Maidenhead: Open University Press, 2007. 248 p.

Ling R. *New Tech, New Ties: How Mobile Communication Is Reshaping Social Cohesion*. Cambridge, Mass., 2008. 224 p.

Miller H., Arnold J. Identity in cyberspace, in Wheeler S. (ed.) *Connected minds, emerging cultures: Cybercultures in online learning*. Greenwich: IAP, 2009. Pp. 53–64.

Pinch T. The Invisible Technologies of Goffman's Sociology. From the Merry-Go-Round to the Internet, in *Technology and Culture*. Vol. 51. Number 2. April, 2010. Pp. 409–424.

Sannicolas N. Erving Goffman, Dramaturgy, and On-Line Relationships, in *Cybersociology*. 1997. № 1. Available at: http://www.cybersociology.com/files/1_2_sannicolas.html (accessed 15 October 2019).

Suler J. The Online Disinhibition Effect, in *CyberPsychology & Behavior*. Vol. 7. № 3. 2004. Pp. 321–326.

Waksler F.C., Psathas G. Selected books and articles about Erving Goffman and of related interest, in *Human Studies*. 1989. № 12. Pp. 177–181.