

УДК 316.334:7

## Имиджевые субкультурные солидарности молодежи: основы формирования и социальный эффект



### **Жаркова М.А.**

Кандидат социологических наук,  
доцент кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков  
Казанского кооперативного института (филиала)  
Российского университета кооперации

### **Максимова О.А.**

Кандидат социологических наук,  
доцент кафедры общей и этнической социологии  
Казанского (Приволжского) федерального университета,  
доцент кафедры социологии, политологии и менеджмента  
Казанского национального исследовательского технического  
университета им. А.Н.Туполева – КАИ



*В статье затронуты актуальные вопросы самоорганизационных процессов в молодёжной среде. Подробно рассмотрены особенности формирования стилевых форм субкультурных солидарностей. Представлены мнения казанских экспертов о тенденциях трансформации молодёжных субкультур в России и на Западе. Проанализированы казанские онлайн-группы и форумы на предмет содержания информации о специфике казанских субкультурных объединений. Авторами сделан вывод о влиянии имиджевых субкультурных солидарностей на минимизацию асоциальных тенденций в обществе, налаживание системы профориентации молодежи и наращивание экономического потенциала городов.*

*Ключевые слова: молодёжная субкультура, имиджевая субкультурная солидарность, стиль жизни.*

Молодежные субкультуры представляют собой специфические солидарности, которые могут формироваться по сфере досуговых интересов, территориальной локации, ценностным предпочтениям конкретных индивидов в стиле жизни, повседневных практиках, коммуникациях. Все субкультуры так или иначе предполагают солидаризацию своих представителей по тем или иным аспектам духовной жизни. Важнее всего для молодежи оказывается идентификация собственного «Я» с определенной группой, в особенности – стилевая идентификация.

Об имиджевых субкультурах писали в своих научных работах такие авторы, как представитель классического конфликтного подхода М. Брейк,

изучавший идеи субкультурной стилизации как способа групповых идентификаций; представитель Бирмингемской школы Д. Хеббидж, делавший акцент на стиле как факторе формирования молодёжных субкультур; представители постсубкультурного подхода Х. Пилкингтон, Е. Омельченко и др. [1].

В рамках Бирмингемской школы отдельными объектами в работах учёных стали стиль и ритуальное сопротивление как основы молодёжных объединений. Е. Томпсон, Р. Уильямс, Р. Хоггарт полагали, что молодёжные субкультуры представляют собой форму сопротивления, вырабатывающую способы сопротивления мейнстриму через стиль, включая одежду, поведение и язык [2; 3].

В работе «Субкультура. Значение. Стиль» Д. Хебдидж утверждал, что стили молодёжных субкультур представляют собой целенаправленный коммуникационный процесс. Но стили и модные идеи субкультурных солидарностей достаточно быстро поглощаются индустрией моды и перестают быть уникальными, распространяясь на широкие массы молодежи [2, с. 75].

Полноценное стилевое направление оформилось в рамках вышеперечисленных тенденций и субкультурных исследований в конце XX – начале XXI вв. Так, представитель постсубкультурного подхода в социологии молодежи Л. Гроссберг полагал, что субкультуры удовлетворяют потребности молодых людей, порождаемые массовой культурой, преодолевая таким образом «скуку мейнстрима» [3, с. 227].

По мнению еще одного представителя данного направления, С. Майлза, потребительские стили жизни играют важнейшую роль в социализации подростков наряду с семьёй. Молодые люди, по его мнению, сами объединяются и конструируют собственные стили жизни, которые являются гибкими, адаптируемыми и служат средством стабилизации повседневной жизни в обществе постмодерна [4].

В качестве отдельного направления в изучении молодёжных солидарностей можно выделить концепции общества риска, наиболее яркими представителями которых являются У. Бек, Э. Вильдавски, Э. Гидденс и М. Дуглас. Основная идея данного направления состоит в том, что отдельные жизненно-стилевые выборы ослабляют чувство беспокойства молодёжи в условиях постоянной неопределенности и риска [5, с. 9].

Таким образом, имиджевые субкультурные солидарности являются одной из актуальных форм социализации, а также поддержания чувства безопасности для молодых людей. В современном российском обществе существует достаточно большое количество разнообразных имиджевых солидарностей. В качестве примеров наиболее распространенных образований можно назвать кибер-готов, ванилек, стилиг, тедди-бойз, милитари, попперов, аниме, хипстеров, чёлочников, трешеров и др.

Более подробно рассмотрим хипстеров и анимешников, так как именно на их примере можно проследить трансформацию контркультурных ценностей образа жизни в социально-нейтральные позиции имиджевых субкультурных солидарностей.

В конце 1940-х гг. получила свое распространение субкультура образа жизни реального коммуникативного пространства – хиппи, в ценностях которой содержались контркультурные элементы [6, с. 132-133]. На их основе возникли современные музыкальные имиджевые субкультуры хипстеров, характерными признаками которых является следование молодёжному свободному стилю одежды и посещение модных тусовок [7, с. 82].

К субкультурам, которые сейчас быстро развиваются, также относится аниме. Аниме – это не ролевая игра, для представителей этой субкультурной солидарности важнее образ. В ней действия нет, есть изображение: «я показываю картинку». В Казани, как и во многих городах, у молодых людей имеется фестиваль – площадка, где они могут проявлять свои субкультурные солидарности [7, с. 95].

Центр молодёжных исследований НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге, возглавляемый крупным российским исследователем Е. Омельченко, завершил трехлетний проект по изучению молодёжных культурных сцен в российских городах. В ходе данного исследования выделена следующая тенденция: молодёжь стремится преодолевать всевозможные социально-культурные границы, стереотипы через участие в молодёжных культурных сценах, в том числе и в имиджевых. Первое место по распространенности в Казани заняла группа последователей здорового образа жизни, важным элементом которой являются определенные стилевые традиции: соблюдение спортивного стиля одежды и аксессуаров, правила проведения тусовок. Что немаловажно, «участники таких объединений в гораздо меньшей степени предрасположены к асоциальному и анти-социальному поведению, имеют лучшую успеваемость в учебных учреждениях, лучше переносят стрессовые ситуации» [8]. Отдельно в качестве объекта исследования была выделена культурная сцена татарских рэперов. Данная субкультура воплощает в себе ценности космополитизма и патриотизма. В ней есть своя доля стилевого протеста против принижения «национальных языков», но при этом религиозный или этнический фактор не является определяющим при формировании подобных молодёжных коопераций [9].

Авторы данной статьи уже обосновывали тезис о том, что распространение виртуальной коммуникативной среды вызвало появление таких новых форм взаимодействия молодёжи, как форумы, чаты, блоги, социальные сети, которые являются полем для формирования самых разнообразных солидарностей, в том числе и имиджевых [10].

Для анализа наиболее популярных субкультурных солидарностей нами был осуществлен анализ тематических групп в различных социальных сетях. По результатам поиска информации в популярных среди российских пользователей поисковых системах «Яндекс», «Рамблер», «Google» и в социальной сети «ВКонтакте» было найдено 9 групп, имеющих территориальную локацию в Казани: «СУБКУЛЬТУРЫ», «ФОБ-новая субкультура», «Казанское Объединение Молодёжных Субкультур», «Японская мода и субкультуры, Косплей, J-Rock! =)», «для людей разных субкультур», «Субкультура Медведов...МЕДВЕД НОТ ДЕД», «Уличные субкультуры», «Субкультуры и стихи» и «разные субкультуры казани добав-

лайтесь))))))))))» и 2 форума: «KZNportal.ru» и «Omega.forum2x2.ru». Поиск групп был совершён по комбинациям из ключевых слов: «субкультура», «Казань» на русском и английском языках.

В ходе анализа сообщений в вышеперечисленных группах ВКонтакте и форумах были выделены следующие имиджевые субкультурные солидарности: эмо, аниме, гламур, фурри, хиппи, индеанисты, битники, инди, яппи, бэггеры, а также представители уличных субкультур: джанглисты, степперы, рэперы, бомберы, граффитисты (райтеры), *Bmx, break & rap (break boys), R&B*, альтернативщики (альтеры), хип-хопперы, трейсеры, байкеры, рейверы, риветхеды и т.д.

Все перечисленные солидарности характеризуются несколькими элементами: особой манерой одеваться, стилизацией своего внешнего вида, наличием субкультурного интереса, гедонизмом и определенными элементами стиля жизни.

Важно отметить, что современные молодежные солидарности зачастую носят скорее экономический, чем политический характер (что было присуще более ранним субкультурам). Поэтому в рамках стилевого направления в изучении молодежных субкультур отдельно выделяют «экономическое поднаправление». Так, С. Торнтон вводит понятие «субкультурный капитал», под которым понимается совокупность культурных знаний и товаров, приобретенных членами субкультур, способствующих повышению их статуса в глазах окружающих и помогающих дифференцировать молодёжь от представителей других поколенческих групп [11, р. 3].

Анализируя специфику американского общества конца XX в., Д. Сибрук использовал понятие «культура супермаркета». По его мнению, важное условие попадания молодого человека в мейнстрим – это «умение адаптировать любой субкультурный контент» к рыночной экономике [12, с. 38]. Целью субкультурных молодёжных солидарностей становится в первую очередь получение экономической выгоды.

Таким образом, коммерциализация молодёжного стиля является в современных условиях одним из оснований формирования и развития субкультурных солидарностей. Экономический обмен с обществом трансформируется в городские субкультурные профессии – подобия фриланса. Субкультурный стиль выступает составной частью креативной индустрии и формирует городские сети креативных и культурных агентов, что влияет на развитие городской среды. К подобным солидарностям можно отнести спортивные молодёжные организации экстремальной направленности: скейтбордистов, роллеров, паркурщиков, сноубордистов и т.д.; игровые кооперации (флешмобберов), а также другие кооперации по креативным интересам, например, граффитистов [13].

Отдельно следует выделить риветхедов – представителей индустриал-субкультуры. Представи-

тели данной субкультуры носят кожаные чёрные куртки, майки и футболки с логотипами индустриальных групп. Кроме того, у риветхедов есть и своя атрибутика: респираторы, сварочные очки, противогазы и т.п. Они дополняют городской имидж, транслируя в общество идеи романтизма: ищут красоту и позитив там, где другие чаще видят разрушение, страдание и смерть.

Таким образом, на основе материалов авторского исследования, а также анализа работ западных и отечественных ученых можно сделать вывод, что в качестве основных составных элементов модели формирования современных молодежных субкультурных солидарностей выступают следующие элементы: коммуникативное пространство (реальное, виртуальное, городское), музыка, игра, временный характер коммуникаций, гедонизм, имидж, стиль. Современные субкультурные солидарности практически не содержат контркультурных, девиантных, делинквентных элементов, а также такие образования не опираются, в отличие от субкультур XX в., на сформированное мировоззрение и идеологию. Данные формы субкультур уходят в прошлое. Набирают силу имиджевые субкультурные солидарности. Имидж и ощущения являются основой кооперации подростков и молодых людей, поэтому вокруг данных элементов формируется большое количество субкультур. В Казани активное распространение получили субкультуры, формируемые по стилевым интересам и имиджевые солидарности, которые одновременно являются и результатом творчества молодёжи, и продуктом массовой культуры [14]. Для имиджевых субкультурных солидарностей Казани характерно, во-первых, сочетание элементов образа жизни и стилевой идентификации; во-вторых, символического сопротивления социально-культурным рамкам и стереотипам, лояльности и следования ценностям массовой культуры, гедонизму и, в-третьих, приверженности патриотическим и локальным ценностям. Формирование модели взаимодействия имиджевых молодежных субкультурных солидарностей и городской экономической инфраструктуры позволяет минимизировать социальные тенденции в обществе, наладить систему профориентации молодёжи, нарастить экономический потенциал городов.

#### Литература:

1. Пилкингтон Х., Омельченко Е., Флинн М., Блюдина У., Старкова Е. Глядя на Запад: культурная глобализация и российские молодёжные культуры / Пер. с англ. О. Оберемко, У. Блюдиной. – СПб.: Алетейя, 2004. – 278 с.

2. Hebdige D. Subculture: The meaning of style. – L.: Routledge, 1979. – 208 p.
3. Waltz M. Zwei Topographien des Begehrens: Pop/Techno mit Lacan // Sound Signatures. Pop-Splitter. Ed. by J. Bonz. Frankfurt a. – M.: Suhrkamp, 2001. S. 214-231.
4. Miles S., Cliff D., Burr V. «Fitting in and sticking out»: consumption, consumer meanings and the construction of young people's identities // Journal of Youth Studies. 1 (1). – L.: Routledge, part of the Taylor & Francis Group, 1998. – P. 81–120.
5. Douglas M., Wildavsky A. Risk and Culture: An essay on the selection of technical and environmental dangers. – Berkeley: University of California Press, 1982. – 221 p.
6. Мейлер Н. Белый негр / Пер. с англ. Зверев А.М. // Вопросы философии. – 1992. – № 9. – С. 131-145.
7. Жаркова М.А. Молодёжный субпоток: особенности формирования, функционирования и трансформации в современном российском обществе: на примере флешмоба города Казани: дис. ... канд. соц. наук. – Казань, 2013. – 249 с.
8. Созидательные поля межэтнического взаимодействия и молодёжные культурные сцены российских городов: Результаты исследования / Под ред. Е. Омельченко. – СПб., 2019. – URL: <http://sh.spb.hse.ru/youthrnf/paper>. Загл. с экрана (дата обращения: 31.03.2020).
9. Филина О. Молодёжная субкультура: татарский рэп, аскетизм, любители воркаута, фитоняши: интервью с Е. Омельченко // Официальный портал электронной газеты «Вести образования». – 2017. – 7 декабря. – URL: [https://vogazeta.ru/articles/2017/12/7/culture/1233-molodezhnaya\\_subkultura\\_tatarskiy\\_rep\\_asketizm\\_lyubiteli\\_vorkauta\\_fitonyashi](https://vogazeta.ru/articles/2017/12/7/culture/1233-molodezhnaya_subkultura_tatarskiy_rep_asketizm_lyubiteli_vorkauta_fitonyashi) (дата обращения: 31.03.2020).
10. Жаркова М.А., Максимова О.А. Молодёжные (пост)субкультуры в контексте становления постмодернистского и информационного общества // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – № 3. – С. 238-242.
11. Thornton S. General introduction // The Subcultures Reader / Ed. by K. Gelder, S. Thornton. – L.: Routledge, 1997. – P. 1-8.
12. Панов А. De profundis (Джон Сибрук. Nobrow). Культура маркетинга. Маркетинг культуры // Отечественные записки / Под ред. Т. Малкина. – 2005. – № 4. – С. 194-196.
13. Жаркова М.А., Гришанин Н.В. Молодёжные субкультуры как элемент городского визуального коммуникативного пространства и фактор развития экономического компонента имиджа крупного города (на примере г. Санкт-Петербурга) // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1. – URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=19552> (дата обращения: 31.03.2020).
14. Жаркова М.А. Формирование и трансформация молодёжного субпотока в современном российском обществе (на примере флешмоба города Казани). – СПб.: Лема, 2015. – 120 с.

## Image Subcultural Solidarity of Youth: the Foundations of Formation and Social Effect

*Zharkova M.A.  
Kazan Cooperative Institute Branch of Russian University of Cooperation*

*Maximova O.A.  
Kazan (Volga Region) Federal University,  
Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev*

*The article describes the actual issues of self-organizing solidarity processes in the youth environment. The article considers the features of the formation of stylistic forms of subcultural solidarity. The authors present the opinions of Kazan experts on trends in the transformation of youth subcultures in Russia and the West. The authors analyze Kazan online groups and forums on the content of information on the specifics of Kazan image subcultural cooperatives. The authors conclude that the image subcultural solidarity influence on minimizing asocial trends in society, establishing a career guidance system for youth and building up the economic potential of cities.*

*Key words: youth subculture, image subcultural solidarity, lifestyle.*

