

ждает предположение об известности данной субкультурной группы. 21% опрошенных хотят вступить в субкультуру «падонков», 18% - в субкультуру геймеров.

Самой распространенной причиной вхождения в какую-либо Интернет-субкультуру является совершенствование личных и профессиональных навыков – такой вариант отметили 28% опрошенных молодых людей. 25% респондентов привлекает в субкультурах сети Интернет ощущение азарта и интереса. 16% от числа опрошенных таким образом отдыхают от повседневной рутины, 15% - ищут новых знакомых и друзей. Лишь 4% предположили, что, войдя в субкультуру Интернет, они найдут понимание.

Среди тех респондентов, которые хотят усовершенствовать свои личные и профессиональные навыки, больше всего (такой вариант отметили 64% молодых людей) привлекает субкультура хакеров. В то же время, хакеры как субкультура привлекательны для тех, кто подобным образом хочет найти новых знакомых и друзей (50%), для тех, кто ищет азарта и интереса (40%) и для тех, кто хочет отдохнуть от повседневности (37,5%). Для желающих отдохнуть от повседневной рутины, в равной степени привлекательна и субкультура геймеров (также 37,5% респондентов отметили данный вариант). А вот субкультура «падонков» привлекает тех, кто, как ни странно, хочет найти понимание (100%) и желает общаться с интересными людьми (56%).

Итак, большинство опрошенных молодых людей осведомлены о существовании специфических субкультур сети Интернет. Не выявлено зависимости этой осведомленности от пола респондентов или же от наличия доступа к ресурсам сети Интернет. Абсолютное большинство опрошенных студентов не принадлежит ни к одной субкультуре сети Интернет и не стремится к этому. Самой известной в среде молодежи вполне ожидаемо оказалась субкультура хакеров.

Таким образом, субкультура сети Интернет за достаточно короткое время формирования стала глобальным феноменом, отражающим реальную жизнь, в том числе и молодежи, но в то же время имеющим свои отличительные особенности, специфические субкультурные образования и ценности, которая с течением времени будет развиваться, видоизменяться и выходить на новые «рубежи».

ЛИТЕРАТУРА:

1. Омельченко, Е. Л. Молодежные культуры и субкультуры [Текст]. – М.: Институт социологии РАН. – 2000. – 261 с.

Белюсова А. А., г. Нижний Тагил

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТИЛИ И СУБКУЛЬТУРЫ КАК ПАРАМЕТРЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ АМЕРИКАНСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Коммуникация – нерв современности. Социализация молодого поколения – одна из ведущих тем гуманитарных и социальных исследований – все очевиднее перекликается с основными смысловыми параметрами коммуникации. Наиболее предметно эта тема очерчена в проблемном поле социологии молодежи. Сегодня актуален анализ не только социализации в целом, но и ее значимых коммуникативных факторов, наиболее динамично влияющих на процессы формирования личности. В связи с изменениями, происходящими в российском обществе за последние шестнадцать лет, эта тема становится все более актуальной и для отечественной социологии молодежи. Опыт американской социологии требует критического осмысления и в этом отношении поучителен для российских исследователей.

Изучение молодежи с точки зрения социологии подразумевает ее рассмотрение как специфической группы общества с присущим ей определенным образом жизни и культуры. Особый интерес в указанном контексте представляет опыт исследований ведущих со-

циологических школ США. Результаты исследований американских социологов в области молодежных субкультур и коммуникативных стилей заслуживают пристального внимания отечественной науки по нескольким причинам. Во-первых, американской социологии второй половины XX столетия пришлось отслеживать зарождающийся («молодежный феномен»), как некое обособленное социокультурное образование. Во-вторых, в социологической мысли США молодежное направление является одним из ведущих в связи с ранним появлением «массовых субкультур», что заставило социологов начать поиск объяснения явления, не имевшего до этого аналогов. Указанные обстоятельства привели к переоценке актуальных социокультурных процессов, их истоков. Кроме того, опыт США примечателен такими специфическими чертами как постоянное сосуществование различных народностей и их особенностей, сохраняемых и трансформируемых в ходе пройденного исторического пути.

Истоки молодежного субкультурного движения просматриваются в рамках социальной ситуации послевоенного периода. С конца 40-х общество «классических канонов капитализма» пошло по пути трансформации [1]. Резко увеличившееся благосостояние граждан среднего класса повлияло на их детей, у которых исчезла необходимость в достаточно раннем возрасте финансово помогать своим родителям, что привело к качественно иному проведению досуга. В то же время феномен холодной войны привел к возросшей необходимости в высококвалифицированных кадрах, а это, в свою очередь, популяризировало высшее образование. Таким образом, период взросления увеличился в среднем на десять лет. Молодые люди в возрасте от 20 до 30 лет оказались типичными потребителями и одновременно носителями актуальной культуры. Появившийся феномен субкультуры позволил окончательно закрепиться молодежи как самостоятельному социокультурному элементу с иным уровнем притязаний в общественном, экономическом и ценностном отношении.

Таковы главные особенности социальной среды, в которой велись исследования с широким привлечением данных других наук, изучающих общество под иными углами зрения. В частности, американский антрополог М. Мид обратила внимание на особенности коммуникации между поколениями, образовавшийся в ней разрыв, который обозначила как *generation gap*, что дословно означает «брешь поколений» [2]. Подобное определение рисует картину повседневной жизни, в условиях которого формируется коммуникативный опыт исследования, имеющий, по мнению Э. Сепира, интуитивный характер [3]. Возникает новое качество взаимосвязи процессов коммуникации и социализации. Если прежде одним из главных источников общения была семья, то в послевоенной ситуации семья отходит на второй план. В процессе становления молодежной культуры основным кругом общения становится круг сверстников. Смещение основного источника коммуникации, привело к конфронтации поколений и к отторжению господствовавшего ранее социокультурных особенностей американского образа жизни, к примеру, дискриминации по расовому признаку. Негритянский вопрос с 50-х годов XX века приобретает особую остроту. Актуальность данной проблемы привела к всплеску интереса к расовой проблеме со стороны молодежи, что было неприемлемо для их родителей. Расширился круг общения черных и белых молодых людей и, как следствие, произошла популяризация культуры негритянских кварталов. Толерантное отношение к афроамериканцам сделало конфликт отцов и детей еще более напряженным.

Интерес к другому, непохожему породил многочисленные молодежные субкультуры. Иная музыка, виды развлечений, жизненные принципы стали устойчиво выражать и «неамериканскую» основу – африканские напевы джаза, а позднее хип-хопа, некоторые элементы дээн-буддизма, битничества, ямайские рэбахи расафари и многое другое. Но глав-

ная функция молодежной субкультуры состояла в интеграции условий коммуникации, выражающей противостояние нравов поколений.

Кроме того, необходимо учитывать и факт быстрого распространения особенностей молодежной культуры, благодаря расширившимся возможностям радиотехнической индустрии. Многие компании вкладывали огромные средства в развитие музыкальной индустрии, обеспечивая этим возможность распространения основ молодежной культуры, расширяя возможности общения молодежи, что сделало СМИ наиболее активным агентом социализации.

В американской социологии наработан опыт тесного сотрудничества с социальной психологией. К примеру, в области исследования поведения внутри социальных групп, проведенных Т. Шибутани, следует отметить использование теории Дж. Г. Мида о кооперации в общении. В результате, согласно социально-психологической версии символического интеракционизма, одна из основных функций внутригруппового общения – это самоутверждение себя на основе того, каким видят тебя другие, кроме того, это также и приспособление к окружающим тебя условиям понимания и значения. Здесь молодежная субкультура рассматривается как обеспечение условий первоначального самоутверждения в кругу сверстников, а также как гарантированный источник коммуникации в период, когда проявляется нужда в «социализирующем» общении [4]. В свою очередь, это перекликается с идеями англоязычного периода в творчестве К. Мангейма, утверждавшего, что такая структура как группа, затрагивает «абсолютно все аспекты жизни индивида» [5]. Следовательно, коммуникация внутри группы готовит к существованию в рамках групповых объединений, сопутствующих жизнедеятельности любого индивида. К тому же большинство исследователей молодежного субкультурного феномена согласны с тем, что по достижению в среднем тридцатилетнего возраста, большинство приверженцев каких-либо определенных идей и нестандартного образа жизни (хиппи, панков и других), становятся обычными обывателями с достаточно традиционными установками и ценностями.

Изучение принципов коммуникации, получивших распространение внутри молодежных групп, также привело к формированию стилового социокультурного анализа. Американский футуролог Э. Тоффлер в начале 70-х годов определял многочисленные направления молодежной культуры как стили жизни. Исследователь считал «бесконечный поток стилей» чем-то временным, несущим социокультурные характеристики движений внутри цивилизационного периода. Направления непостоянны, им на смену приходят другие установки и ценности. Кроме того, стилиевой подход позволил зафиксировать факт появления социокультурных образований, существующих в какой-либо период, затем уходящих, но не навсегда, элементы его в определенной конфигурации могут возвращаться по причине возникших вновь благоприятных для этого условий. Провоцирующими могут быть такие явления как манера одеваться, направления в искусстве и вообще «ритмы времени». Но некоторые культурные артефакты остаются, обогащая общий макрокультурный контекст, как это происходит с ценностно-смысловыми установками, манерой коммуникации публичных лиц, стилистически значимыми произведениями в музыке, литературе, кино, театре, изобразительном искусстве.

Стилевой подход привел к пониманию явления молодежных субкультур как некоего «образа иного». Согласно В. Тернеру, в такой культурной модели можно выделить три главных звена – два полюса оппозиции и меру их конкретного соотношения. В определенные моменты один из этих полюсов становится доминирующим, другой – подавленным. Это и явилось причиной периодического «выбрасывания» на общую макрокультурную поверхность несвойственных ей явлений. Одной из причин этого может быть и расширен-

ная культурная коммуникация с представителями других культур. Это своего рода сила, проявляющая «сокрытость», присутствующую в любой культуре.

Общение в рамках культурной коммуникации – это явление зависимое от ряда разнородных социокультурных условий. Происходящие изменения меняют и особенности господствующей коммуникации внутри социальных групп. Во второй половине XX века в США молодежный субкультурный феномен, во-первых, обеспечил качественно новый уровень общения молодежи, перебив основные полюса коммуникации, а, значит, изменил процесс социализации в сторону формирования поколения с иными ценностными установками. В американской социологии были рассмотрены наиболее значимые аспекты, определивших направление исследований «молодежных феноменов» как таковых. Основу этих новых явлений составляют процессы культурной коммуникации в качестве основы социализации молодежи и ее главных смысловых условий. Кроме того, участие определенного числа молодых людей в субкультурном движении повлияло на социокультурный портрет американской молодежи в целом, сделав его более обособленным и выделив людей в возрасте от 18 до 30 в отдельную социальную группу.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Согрин, В. В. США в XX веке. Тенденции и итоги общественного развития// *Общественные науки и современность*. - 1999. №9. с. 91
2. Гийом, Г. Принципы теоретической лингвистики.- М., 1992. с. 102
3. Мид, М. Культура и мир детства.- М., 1983. с. 231
4. Шибутани Т. Социальная психология. М., 1969. с. 79
5. Мангейм К. Социология поколений. М., 1980. с. 15

Гаук А.В., г. Екатеринбург

РОЛЬ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА В ПРОЦЕССЕ ПРИОБЩЕНИЯ К СУБКУЛЬТУРЕ

Условия жизни в большом городе создают предпосылки для объединения молодежи в разнообразные группы, движения, являющиеся сплачивающим фактором, формирующие коллективное сознание, коллективную ответственность и общие понятия о социально-культурных ценностях. Таким образом, появляются молодежные субкультуры.

В настоящее время есть много различных классификаций неформальных движений, мы за основу возьмем классификацию профессора С.А.Сергеева, который предлагает следующую типологизацию молодежных субкультур:

- романтико-эскапистские субкультуры (хиппи, индианцы, толкинисты, с известными оговорками - байкеры)
- гедонистическо-развлекательные (мажоры, рэйверы, рэпперы и т.п.)
- криминальные ("гопники", "люберы")
- анархо-нигилистические (панки, экстремистские субкультуры "левого" и "правого" толка), которые можно также назвать радикально-деструктивными.

К романтико-эскапистским субкультурам можно отнести байкеров, тогда как некоторые исследователи ошибочно относят эту субкультуру лишь к спортивным разновидностям молодежного движения.

Вместе с тем гонки на мотоциклах — особый, претендующий на элитарность мир мужского братства, как и уход в виртуальный мир, — можно рассматривать как своеобразный эскапизм.

Байкеры (от англ. bicycle – сокр. bike) – мотоциклисты, которых у нас в России часто именовали рокерами, что неточно: рокеры это любители рок-музыки.