# Молодежные субкультуры в современной России и их социализирующий потенциал

ДОКЛАДЫ ЦЕНТРА Выпуск № 11

> Москва Научный эксперт 2014

УДК 329.78:316.723(060.55) ББК 66.75(2Poc), 91+60.542.15я431

M 75

M 75

Молодежные субкультуры в современной России и их социализирующий потенциал. Часть первая / Доклады Центра проблемного анализа и государственно-управлеческого проектирования. Вып. 11. М.: Научный эксперт, 2014. 72 с.

ISBN 978-5-91290-218-5

УДК 329.78:316.723(060.55)) ББК 66.75(2Poc), 91+60.542.15я431

# Содержание

Введение	4
Феномен субкультуры	5
Субкультуры в современной России и их социология	6
Социально-демографические характеристики	7
Виды субкультур	9
Основные результаты и тенденции субкультурной социализации	.45
Личностное развитие	.45
Навыки взаимодействия в группе	.50
Отношение к разным социально-экономическим группам	.51
Взаимодействие с культурой «большого» социума	.53
Гендерные нормы	.55
Адаптация к социуму в целом	.56
Отношение к закону и государству	.57
Отношение государства и общества к субкультурам	.59
Предварительные выводы	.61
Список литературы	.66

# Часть первая

# Введение

В современном российском обществе продолжается дезинтеграция тех социокультурных общностей, которые сложились в советское время и стали разрушаться при смене общественно-политического строя. В этом состоит серьезный вызов для нациестроительства — невозможно строить большую общность, если более мелкие сообщества рассыпаны.

Прежние каналы социализации молодежи начали разрушаться с 1980-х гг. В этой связи возникает вопрос о субкультурах — группах людей, связанных общим мировоззрением или увлечениями, коллективными практиками, особым внешним видом и т. п. Что они из себя представляют? Каковы основные тенденции их развития? Каков их потенциал в раздробленном российском обществе? Являются ли субкультуры «сборками» общества или, наоборот, его рассыпают еще больше? Попытке ответить на эти вопросы и посвящен предлагаемый доклад.

В докладе не рассматриваются религиозные, политические и официальные спортивные субкультуры (образовавшиеся вокруг признанных государством видов спорта), а также сексуальные субкультуры и группы «социального низа» (наркоманы, бездомные, проститутки), поскольку каждая из этих групп — отдельная тема для исследования; нас интересуют именно молодежные субкультуры как одни из агентов социализации для современных молодых людей.

В подготовке доклада использованы материалы самих субкультур, монографии, авторефераты диссертаций и статьи социологов, культурологов и юристов, репортажи и статьи журналистов-исследователей. К сожалению, разные субкультуры исследованы неравномерно; в отдельных случаях су-

ществуют лакуны (например, в социально-демографическом составе конкретных субкультур); однако большая часть субкультур изучена достаточно хорошо. Одна из задач доклада — представить и проанализировать эти разрозненные данные.

Практически нет научных данных о численности субкультур; в ряде случаев делалась приблизительная оценка численности представителей субкультуры и тех, кто ею интересуется, исходя из числа зарегистрированных участников на субкультурных форумах, в ЖЖ-сообществах и социальных сетях. Отметим, что в сетевых ресурсах могут быть зарегистрированы не только представители субкультуры, но и просто те, кто ею интересуется.

В первой части доклада сначала будут проанализированы феномен субкультур и их социология в России, затем — их виды и особенности и, наконец, основные тенденции в субкультурной социализации. Отметим, что будут отмечаться противоположные тенденции (например, конформистские и нонконформисткие тенденции, трансляция социального отчуждения и его преодоление, романтизм и грубый прагматизм), что показывает разность установок различных субкультур, а также сложность и неоднозначность самого феномена. В конце будут сделаны предварительные выводы о социализирующем потенциале субкультур. Подробный анализ феномена молодежных субкультур и его влияния на российское общество будет дан во второй части доклада.

# Феномен субкультуры

Под субкультурой понимается в широком смысле часть культуры, которая по своим ценностям и внешним формам отличается от культуры общественного большинства. Основные опознавательные признаки субкультуры — это особое мировоззрение, увлечения, внешний вид, отношение к обществу и т. п. «Носителями» субкультуры являются социальные группы.

Исследователи выделяют так называемые «постсубкультуры», которые, в отличие от классических субкультур, объединяют не бунтарей, а потребителей и конформистов, стремящихся не переделать общество или бросить ему вызов, а просто выделиться и приятно провести время.

Как правило, субкультурная группа — вид социализации для молодых людей, которых не устраивают официальные каналы социализации, предлагаемые обществом: партии, государственные и частные общественные организации — например, школа, институт, церковь и т. д. Они не устраивают молодых людей, поскольку слишком формальны и похожи на мир взрослых. Подростку хочется сформировать свой собственный мир, свое отличное от общепринятого мировоззрение, найти свои увлечения, которые не совпадали бы с культурой большинства.

Благодаря субкультурным практикам молодому человеку легче влиться в большой социум: в малом социуме выстраиваются иерархии и горизонтальные отношения, т. е. проходит социализация — более мягким и устраивающим конкретного подростка путем.

Традиционно субкультура является периферией «большой» культуры. Но иногда она претендует на роль ядра или начинает влиять на «большую культуру». Например, в эпоху молодежной революции в США битники и хиппи определили «лицо» средней американской молодежи и повлияли на литературу и искусство.

# Субкультуры в современной России и их социология

Главная причина распространения субкультур в постсоветское время — разрушение «моностилистической» культуры советского общества и переход к «полистилической» культуре общества кризисной эпохи (Л.Г. Ионин). Этот переход сопровождался распадом и нефункционированием официальных

каналов социализации, когда не действуют различные секции, сети клубов и групп по интересам.

Молодых людей волнует тема поиска себя и отношений с обществом, поэтому они вынуждены искать неформальные способы выстраивания таких отношений.

Эта потребность настолько остра, что через субкультуры так или иначе проходит большая часть молодежи. Некоторые из субкультур насчитывают лишь несколько сотен или несколько тысяч человек, подавляющее же большинство — десятки и сотни тысяч. Наконец, две субкультуры насчитывают миллионы представителей — это геймеры и гопники.

# Социально-демографические характеристики

В субкультуры обычно входят молодые люди с 14 до 30 лет, хотя есть ряд исключений: с 10 лет (эмо), с 11 лет (райтеры, фурри и ванильки), с 12 лет (анимешники, скинхеды и фанфикеры).

Ни одна субкультура не ограничена только подростковым возрастом. Многие субкультуры включают молодых людей старшего школьного возраста и студентов:

- молодежные радикалы (хиппи, панки, антифа);
- любители тяжелой музыки и мрачного стиля (готы, металлисты и индустриальщики);
- фанаты экстремальных полуспортивных развлечений (диггеры и трейсеры);
- представители развлекательных субкультур (пранкеры, треш, геймеры);
- субкультуры обеспеченных молодых горожан (хипстеры и флешмоб).

Ряд субкультур включает молодых людей более старшего возраста (20–30 лет): это «романтики» (растаманы и толкиенисты); субкультуры среднего класса (Straight Edge и яппи); некоторые музыкальные субкультуры (рэперы и рокабилли), а также сетевая субкультура «падонков».

Некоторые субкультуры являются «мостиком», объединяющим и подростков, и молодых людей в возрасте до 30 лет: это райтеры (субкультура граффити), анимешники, фурри, футбольные фанаты. Наконец, имеются четыре самые универсальные субкультуры, которые объединяют подростков, молодежь и людей среднего возраста (до 45 лет), — гопники, геймеры, фанфикеры и стритрейсеры.

Отметим, что произошло изменение в возрастном составе российских субкультур по сравнению с советскими: 70% современных молодых людей вступают в субкультуры в возрасте 13–15 лет, тогда как в советские времена таких было лишь 45%. С другой стороны, в России выше доля приобщающихся к субкультуре в возрасте от 20 до 25 лет — 15%, в СССР таких было 5%<sup>1</sup>.

Что касается гендерного состава, то абсолютное большинство гопников, стритрейсеров и «падонков» — мужчины. Во многом объясняется это тем, что указанные субкультуры были созданы как мужские братства. Преобладают мужчины у панков, у любителей тяжелой музыки — металлистов и индустриальщиков, у «романтиков» — индеанистов и толкиенистов (той их части, которая принимает активное участие в ролевых играх), а также у Straight Edge. Небольшое преобладание мужчин наблюдается в субкультурах гламур, антифа, геймеров и аниме.

К преимущественно «женским» субкультурам следует отнести фанфикеров и ванилек. И мужчины, и женщины одинаково представлены в субкультуре флешмоб. Нет гендерной ориентированности у растаманов, альтернативщиков, рэперов, рейверов и субкультуры гламур, а также у хакеров.

Что касается социального бэкграунда, то к выходцам из бед-

Что касается социального бэкграунда, то к выходцам из бедных семей и рабочих кварталов относятся райтеры, гопники и панки. К «низшему среднему классу» (молодым специалистам, имеющим средний доход) относятся Straight edge, хип-

 $<sup>^1</sup>$  Шмелев Н.П. Экономические перспективы России // СОЦИС. 1995. № 3.

стеры, рейверы и фрики, стритрейсеры, трейсеры, флешмоб, «падонки»; эмо, ванильки и пранкеры — дети из обеспеченных семей. К «высшему среднему классу» с уровнем доходов выше среднего относятся мажоры, гламур и яппи.

# Виды субкультур

Существуют разные классификации субкультур, основанные на разных критериях. В докладе Центра мы предлагаем классификацию, которая отвечает главной цели работы — понять, как молодежные субкультуры социализируют современного молодого человека в России, с какими установками он выходит из этой субкультуры:

- 1) субкультурные группы, функционирующие как общины-общежития;
- 2) сообщества, участники которых регулярно собираются для совместной деятельности, разделяют общие ценности и довольно жесткие правила;
- 3) группы, которые объединены общими увлечениями, но не обязательно собираются вместе;
- 4) сообщества, которые объединяет прежде всего стиль жизни и внешний вид.
- 1. Субкультурные группы, функционирующие как общины-общежития. Эти субкультуры проживают или стремятся проживать вместе согласно своим нормам и ценностям, которые они активно противопоставляют большому социуму, погрязшему, по их мнению, в равнодушии, лицемерии и прагматизме.

*Хиппи*. Численность — примерно 2–3 тыс. человек<sup>2</sup>.

 $<sup>^2</sup>$  Мила Сашина. Хиппи «Радуга» под Псковом. http://www.pskov.aif.ru/dosug/afisha/142326.

Субкультура появилась в США в 1960-е гг., тогда же — в СССР. Хиппи выступают за свободные отношения между полами, интересуются восточными религиями и «расширением знания» с помощью психоделиков, в отношении политики —



пацифисты и считают, что мир меняется только с помощью творчества и изменения отношений между людьми. Отрицают социальную иерархию и считают идеалом коммуну, где все равны.

Хиппи носят джинсы и длинные балахоны, на руках — самодельные браслеты или бусы, чаще всего из бисера, дерева или кожи («феньки»). Прическа — длинные и распущенные волосы с повязкой («хайратником»).

Сквоттеры. Субкультура, представители которой незаконно проживают в брошенных зданиях. Субкультура появилась в Италии в 1970-е гг., в России особый размах приобрела в начале 1990-х гг. Сквоттерами стали многодетные семьи, беженцы, даже сами строители, уставшие от невыполнения бесчисленных обещаний местных властей решить их жилищные проблемы. Таким образом, сквоттеры пересекаются с сообществом бездомных.

Как правило, современные московские и санкт-петербургские сквоттеры — это творческие люди, художники, музыканты — либо без собственного жилья, либо желающие жить коммуной.

Подвид этой субкультуры — красти, по своей идеологии близки к панкам.

Среди красти процветают шоплифтинг (воровство из супермаркетов) и фриганизм (движение, провозглашающее помойки и свалки главным источником получения бесплатных продуктов питания и различных мате-



риальных благ), которые они считают политическими акциями протеста против «мира богатых». Красти носят заклепанные «косухи» (кожаные куртки с замком наискосок) или джинсовые куртки, узкие штаны, ремни-патронташи, множество нашивок. Любят татуировки и пирсинг. Красти слушают красти-панк политизированное ответвление панк-музыки.

2. Сообщества, участники которых регулярно собираются для совместной деятельности, разделяют общие ценности и довольно жесткие правила. Спектр сообществ, относящихся к этой категории, довольно широк: это полукриминальные группы, неформальные спортивные группы, романтико-эскапистские сообщества, создающие «альтернативную» реальность.

**2.1.** *Полукриминальные группы Гопники.* Численность — до 50 млн человек, из которых 21-24 млн — подростки 14-18 лет<sup>3</sup>.

Субкультура в современном виде оформилась в СССР в конце 1980-х гг., хотя имеет давние традиции (уличная шпана в СССР).

Слово «гопник» происходит либо от слова «гопстоп» (на воровском жаргоне это означает «грабеж»), либо от аббревиатуры 1920-х гг. ГОП — Городское общежитие пролетариата. Сами себя гопники в отдельную группу обычно не



выделяют, предпочитая называть себя «пацанами». Группируются вокруг двора и района. В каждом таком объединении есть свой вождь, районный князек, подчиняющийся, в свою очередь, «старейшинам» — вышестоящим криминальным авторитетам.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Гопники. http://anarho-kam.ucoz.ru/publ/4-1-0-104.

«Район» гопники агрессивно защищают от «чужих», особенно от неформалов и «черных». Нападают всегда группой. Важность компании единомышленников возведена в культ: любой подвиг хорош, только если его увидели и оценили товарищи. Стиль поведения гопников — наглый, грубый и агрессивный.

Несмотря на то, что гопники — это «реальные пацаны», т. е. чисто мужское братство, в их субкультуру на правах «подруг» входят и девушки, разделяющие ценности гопников, — как правило, из бедных семей и без полного среднего образования.

Гопники носят дешевые спортивные костюмы, кеды и кепки — «таблетки» или бейсболки. Прическа — короткая стрижка. Обычно слушают так называемый «русский шансон» или «блатную песню».

Внутри субкультуры гопников есть мини-субкультуры — «чавы» и «полугоп». Чавы — такая же полукриминальная группа мелких хулиганов, ставших хорошо зарабатывающими специалистами.

Носят одежду спортивного стиля, но, в отличие от обычных гопников, брендовую и дорогую.

Полугопы — респектабельные представители среднего класса, старающиеся ничем внешне не отличаться от обычных людей, однако сохранившие «гопническую» нагловатую и агрессивную самоуверенность, ограниченность и крайний прагматизм, культ компании «реальных пацанов» (только это не районные князьки, а успешные бизнесмены) и полутюремный жаргон.





Футбольные фанаты. Численность — не менее 142 тыс. человек («Спартак» — около 48 тыс., «Динамо» — 45 тыс., ЦСКА — не менее 17 тыс., «Локомотив» — не менее 15 тыс., «Зенит» — 14 тыс., «Торпедо» — 3,2 тыс. человек) $^4$ .

Субкультура возникла в Великобритании в 1860-е гг., в СССР появилась в конце 1970-х гг. Объединяет активных болельщиков футбольных команд.

Самостоятельной идеологии, кроме поддержки футбольной команды, у фанатов нет, однако в начале XXI в. произошло сближение фанатской субкультуры со скинхедами и их идеями.

Первый знак включенности в субкультуру — сопровождение команды на матчи — так называемые «выезды», во время которых фанаты скандируют песни-«кричалки». Фанаты делятся на «кузьмичей» — обычных болельщиков (50–80% от всей субкультуры), членов фан-групп, которые постоянно



ездят на выезды и носят клубную символику, и «хулиганов», или «ультрас», которые имеют эксклюзивное право на драки с фанатами других команд. «Хулиганы», в отличие от обычных болельщиков, менее общительны и более агрессивны. У каждой крупной футбольной команды есть несколько «фирм» — объединений «хулиганов», которые, помимо участия в драках, выпускают журналы для болельщиков — «фанзины», проводят акции и т. д.

Многие фан-движения находят поддержку у руководства клубов; формируется система членских взносов в рамках фан-групп.

Фанаты носят шарфы, майки, кепки и т. п. с символикой своего клуба. Слушать могут практически любую музыку.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> http://forum.fratria.ru/, http://forum.pfc-cska.com/, http://fcdin.com/forum/, http://www.lokomotiv.info/stat/, http://zenitbol.ru/forum/0-0-1-35, http://www.torpedo.ru/gb/memberlist.php.

Скинхеды. Численность — 60-65 тыс. человек<sup>5</sup>.



Субкультура появилась в 1960-е гг. в Великобритании в рабочих районах. В России появилась в начале 1990-х гг.; стремительный взлет субкультуры произошел в 1993–1994 гг., второй скачок движения произошел в 1998–2001 гг.<sup>6</sup>

В России скинхеды в подавляющем большинстве случаев — это «наци-скинхеды», т. е. ультраправые; «красные» скинхеды, выступающие против расизма, — это 2–3% от общей численности субкультуры; иные антирасистские разновидности скинхедов

практически не представлены. Основная идея скинхедов — защита «пространства белых» — прежде всего от представителей «неарийских» рас. Однако и среди белых у скинхедов много врагов: гомосексуалисты, алкоголики, наркоманы и наркоторговцы, преступники, нищие и бездомные — потому что они «портят» генофонд; рэперы, хиппи и панки — потому что первые пропагандируют африканскую культуру, а вторые и третьи — пацифизм. При том, что российские скинхеды придают большое значение расовому вопросу, они, в отличие от своих западных собратьев, редко бывают национал-социалистами — это скорее типичные этнонационалисты.

Скинхедов можно разделить на «пионеров» и элиту. Первые — подростки и студенты младших курсов, которым не интересны тонкости расовой теории, а интересно участие в драках и избиениях. Скинхеды-интеллектуалы больше значения

 $<sup>\</sup>overline{\ \ \ }^5$  Шнирельман В.А. «Чистильщики московских улиц»: скинхеды, СМИ и общественное мнение. М.: Московское бюро по правам человека, Интэтнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН, 2007. С. 39.

 $<sup>^6</sup>$  Там же. С. 20; *Беликов С.В.* Бритоголовые. Все о скинхедах. М.: Книжный мир, 2011. С. 16.

придают изучению расовой теории, чем насилию. Очень часто они исповедуют неоязыческие взгляды.

В 1990-е гг. главным объектом нападений были иностранные студенты, с 2000-х гг. — мигранты. Скинхеды нападают не только на иностранцев и кавказцев, но и, например, на бурят, якутов и марийцев.

Хотя у скинхедов существует несколько больших группировок, состоящих из нескольких тысяч человек, но самая распространенная форма организации этой субкультуры — маленькие группы из 3–10 человек. В маленьких городах это подростки 12–16 лет, объединенные скорее дружбой, чем идеологией; в мегаполисах — молодые люди 14–18 лет, сплоченные внятной идеологией, более жесткой дисциплиной и организацией.

В разных регионах идеология и даже внешний вид скинхедов отличаются.

Как правило, скинхеды бреются наголо или стригутся очень коротко, носят брендовую спортивную и повседневную одежду, куртки без воротника — бомберы или элементы военной униформы, высокие тяжелые ботинки. Вместо немецкой национал-социалистической символики предпочитают использовать славянские руны, коловрат и т. д. Слушают русские рок-группы неонацистской направленности.

*Антифа*. Численность — около 1,5 тыс. чел. $^7$ 

Субкультура возникла из классического антифашистского движения на Западе 1930-1940-х гг. и его реинкарнации после Второй мировой войны — как реакции на рост неонацистских настроений. В России активизировалась в начале 1990-х гг. В движении присутствуют представители самых разных политических взглядов — от анархистов до либералов. Главная цель молодых радикалов, к которым относятся «красные» (анти-

 $<sup>\</sup>overline{\ \ ^7}$  Акции памяти Маркелова и Бабуровой в разных городах России. http://www.sova-center.ru/racism-xenophobia/news/counteraction/2010/01/d17777/.

расистские) скинхеды, рэперы, растаманы, панки и Straight Edge, — борьба со скинхедами.



Антифа представляет собой сетевую структуру, состоящую из общественных движений и небольших групп студентовактивистов. Толчком к активизации антифа стало убийство антифашиста Н. Гиренко и появление организаций типа «Движения против незаконной иммиграции». Некоторые груп-

пы антифа тесно контактируют с этническими криминальными группировками.

Антифа-радикалы выступают за легализацию наркотиков, занимаются вандализмом, активно нападают на всех несогласных.

Антифа обычно одеваются так же, как скинхеды (такая же одежда и обувь), но носят антифашистскую символику.

# 2.2. Неформальные спортивные группы

Байкеры. Численность — не менее 20 тыс. человек<sup>8</sup>.

Появились в 1950-е гг. в США, в СССР — в 1970-е гг. Субкультура объединяет любителей езды на мотоцикле, часто без соблюдения правил дорожного движения.

Байкер обязан не только иметь мотоцикл определенного

класса и кубатуры, но и быть принятым в мотоклуб, организованный по определенному образцу. Hang around — первая, низшая из ступеней в байкерской иерархии, за ней следуют prospect и member. Из «мемберов» (полноправных членов мотоклуба) вы-



<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> http://bikepost.ru/people/.

бираются или назначаются руководители клуба: президент, вице-президент, treasurer (казначей), sergeant-at-arms (начальник службы безопасности и первая инстанция по разрешению споров между членами клуба), road captain (дорожный капитан, выполняет обязанности по проведению «выездов», организации маршрутов, определению необходимых затрат и т. д.) и другие «офицеры».

В среднем российском байк-клубе состоят меньше сотни человек — как правило, около 20–40 постоянных членов; для создания же МС требуется всего шесть человек. Почти в каждом российском городе есть как минимум один байк-клуб, чаще — несколько. Больше всего их в Москве.

Байкеры носят «косухи» или кожаные мотокуртки (часто поверх мотокуртки надевается джинсовая или кожаная жилетка без рукавов с «цветами» (символикой) мотоклуба), кожаные штаны. Байкеры часто отпускают длинные волосы, усы, бороды. Для защиты глаз от ветра носят очки, нередко игнорируют шле-

мы, но иногда предпочитают носить настоящие или стилизованные каски вермахта. Слушают практически любую музыку, но особенно распространены рок и метал.

Разновидностью байкеров можно считать *модов* — любителей «ретро скутеров» из среднего класса, подражающих английской моде и музыке 1960-х гг.



Стритрейсеры. Численность — не менее 27 тыс. человек<sup>9</sup>. Субкультура появилась в США в 1950-х гг., в России — в середине 1990-х гг. Объединяет поклонников уличных гонок (Street racing) — формы неофициальных и зачастую незаконных автомобильных гонок, которые проходят на общественных дорогах, как правило, ночью. Уличные гонки могут быть как

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> http://www.streetracing.by/forum/.

самопроизвольными, так и хорошо запланированными и скоординированными. Каждый участник делает ставки на свою машину; победитель забирает все ставки.

Стритрейсеры одеваются в спортивном стиле, носят солнцезащитные очки.



*Трейсеры (паркурщики)*. Численность — не менее 7 тыс. человек $^{10}$ .

Появились во Франции в 1970-х гг., в России — в 2002 г. Цель паркура — преодоление препятствий различного характера. Таковыми могут считаться как существующие архитектурные



сооружения (перила, парапеты, стены и пр.), так и специально изготовленные конструкции (применяемые во время различных мероприятий и соревнований).

Трейсеры носят дешевые спортивные костюмы из натуральных тканей с очень свободными брюками, балахоны с капюшоном, беговые

кроссовки, рюкзаки без лишних шнурков, замков и карманов. Слушают рэп или «альтернативный» рок и метал.

*Диггеры*. Численность — 24 тыс. человек $^{11}$ .

Субкультура появилась в 1960-х гг. в Великобритании, в России — в середине 1990-х гг.

<sup>10</sup> http://parkour.org.ru/forum/.

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Андреев В.К. Лексикон диггеров как отражение ценностных доминант субкультуры // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные и психолого-педагогические науки. 2009. Вып. 9.

Диггеры занимаются исследованием подземных сооружений: бомбоубежищ, подвалов, подземных рек и коммуникаций, старых шахт, тоннелей метро и других объектов Метростроя. Поскольку их деятельность часто незаконна (особенно в метрополитене), диггеры, чтобы не

трополитене), диггеры, чтобы не попасться полиции, замазывают свои лица на фотографиях. Диггеры организованы в небольшие сплоченные группы и клубы.

Диггеры обычно носят ста-

Диггеры обычно носят старые штаны, куртки с длинными рукавами, большие бахилы или сапоги, а также качественные фонари.



# 2.3. Романтико-эскапистские сообщества

*Индеанисты*. Численность — около 300 человек $^{12}$ . Появились в США в 1970-х гг., в СССР — примерно в то же время.



Индеанисты увлекаются изучением культуры индейцев и ее воспроизведением. На практике это проявляется в реконструкции предметов материальной культуры и реже — в декларации каких-то особых индейских идеалов или религии. Индеанист выбирает индейское племя, наиболее близкое ему. Он изучает его

историю, мифологию, обычаи, язык, принимает его основные цвета, символику, принимает особое «индейское» имя. Но на собраниях «пау-вау» нет никакого разделения на племена, выбор племени — личное дело каждого. Строгой организации нет. Основные вопросы жизни решаются советом старейшин, но это не официальный орган и решения его не носят при-

<sup>12</sup> http://red-road.forum2x2.ru/.

нудительного характера. Старейшинами являются ветераны

индеанистского движения, стоявшие у его истоков.

Сборы индеанистов проходят на фестивалях «пау-вау», которые длятся 1–2 недели. Шьют типи (брезентовые конусообразные жилища индейцев), костюмы, мокасины, головные уборы, разучивают танцы. В 1980-х гг. индеанисты существовали как община-общежитие, в настоящий момент это сообщество людей, для которых увлечение индейской культурой хобби, а не модель жизни.

Индеанисты во время «пау-вау» и иных встреч единомышленников одеваются в индейские костюмы, сделанные собственноручно.

*Растаманы*. Численность — не менее 10 тыс. человек $^{13}$ .

Субкультура связана с новым религиозным движением — растафарианством, появившимся в 1960-х гг. на Ямайке и названном по имени последнего эфиопского императора Рас Тафари (Хайле Селассие).



Согласно растафарианской интерпретации Библии, чернокожие, подобно израильтянам, были отданы Иеговой (Джа) в рабство белым (европейцам и их потомкам, колонизировавшим

Африку) в наказание за грехи и должны жить под гнетом современной социально-политической системы, основанной на западных либеральных ценностях, в ожидании пришествия Джа, который освободит их и уведет в «рай на земле» — «Сион» (Эфиопия). В ожидании Исхода растафари должен культивировать «африканскую» самобытность, стремясь отличаться от «слуг Вавилона» как внешне, так и внутренне.

<sup>13</sup> http://vk.com/rastafarian\_clan.

Благодаря музыкальному стилю регги, возникшему на Ямайке, и его самому известному музыканту — растафарианцу Бобу Марли, растафарианские идеи распространились по миру и породили субкультуру растаманов, которые никак не связаны с «черным» национализмом растафари.

В начале 1990-х гг. такие группы возникли и в России. Российские растаманы в основном копируют внешнюю символику растафари, хотя многие принимают основные идеи растафарианства, считая при этом, что Сион — это не физическое место, а внутреннее состояние гармонии с миром. Многие причисляют себя к растаманам только потому, что курят гашиш и марихуану.

Растаманы носят шапки с цветами Эфиопии (зеленый-желтый-красный), широкие штаны, обувь на высокой подошве. Иногда растаманы заплетают дреды — тугие косички, заплетенные особым образом. Слушают регги — как зарубежное регги (прежде всего — Боба Марли), так и отечественное, включая «Аквариум» (Б. Гребенщиков) и «Ковчег» (О. Арефьева).

Ролевики. Численность — около 800 тыс. человек; активных участников ролевых игр «живого действия» на полигоне — около 20 тыс. человек $^{14}$ . Движение возникло в США в конце 1970 гг., а в СССР — в 1980-е гг. на базе клубов любителей фантастики.

Ролевая игра в данном случае — это вид драматического действия, участники которого выступают в рамках выбранных ими ролей, руководствуясь характером своей роли и внутренней логикой среды действия. Игроки могут свободно импровизировать в рамках выбранных правил,



<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> *Писаревская* Д.Б. Ритуализированные практики в субкультуре ролевых игр // Молодежные субкультуры Москвы. Сб. статей. М.: ИЭА РАН, 2009. С. 324; http://www.rolevik.com/.

определяя направление и исход игры. У каждого игрока есть придуманное имя (это либо имя исторического персонажа, либо героя фэнтези).

Ролевики «живого действия» делятся на исторических реконструкторов (воспроизводящих одежду, оружие и обстановку разных исторических эпох, чаще всего Средневековья), файтеров (любителей «сражений» на полигоне) и «романтиков» (любителей несиловых сюжетов в ролевых играх). Подавляющая часть большой субкультуры ролевиков играет в словесные, а не живые ролевые игры, не требующие никакого материального компонента.

Помимо субкультурного сленга, ролевики пользуются придуманными языками — например, эльфийским. Кроме ролевых игр, ролевики «живого действия» собира-

Кроме ролевых игр, ролевики «живого действия» собираются на ролевые «конвенты» — кратковременные собрания, посвященные информированию игроков об играх будущего сезона, обсуждению прошедших игр, неформальному общению. На «конвентах» проходят турниры по историческому фехтованию, фото- и художественные выставки, концерты авторов-исполнителей игровой песни, театральные постановки, видеопоказы.

Ролевики «живого действия» одеваются во многом так же, как хиппи, кроме того, сами изготавливают или покупают в специализированных магазинах свой игровой костюм и вооружение.

*Толкиенисты*. Численность — не менее 9 тыс. человек $^{15}$ .

Движение возникло в 1960-е гг. в Великобритании, в СССР — в конце 1970-х гг. Толкиенисты объединены интересом к книгам Дж. Толкиена и близкой ему фэнтезийной литературой. В начале 2000-х гг. произошел приток в субкультуру подростков благодаря экранизации трилогии Толкиена «Властелин колец».

<sup>15</sup> http://tolkien.su/forum/.



Толкиенисты делятся на «переводчиков» (специалистов, занятых изучением трудов Толкиена), «квэнов» (людей, позиционирующих себя как героев Толкиена не только в ролевой реальности, но и в повседневной жизни) и «ролевиков», участвующих в ролевых играх по сюжетам Толкиена.

Серьезное значение для толкиенистов имеет создание «фанфиков» (самостоятельных продолжений или переложений) по книгам Толкиена и его последователей.

В 1990-е гг. толкиенисты одевались как ролевики (наряд в стиле хиппи и игровой костюм, если они принимают участие в ролевых играх). В 2000-е гг. появилась другая вариация внешнего вида: совмещение «высокого» и «низкого» стиля в повседневной одежде (либо строгий костюм и «феньки», либо очень скромная одежда и, например, кожаная сумка авторской работы) и рукодельные аксессуары (чехол для мобильного телефона и т. д.). Игровые костюмы стали более профессиональными и качественными.

**3. Группы, которые объединены общими увлечениями, но не обязательно собираются вместе.** То есть для принадлежности к субкультурам такого типа достаточно иметь общие увлечения. К ним относится музыка, искусство (кино, рисование, литература), развлечения и компьютерные технологии.

# 3.1. Музыка

Рокабилли. Численность — не менее 8 тыс. человек $^{16}$ . Субкультура появилась в США в 1950-х гг., в СССР — в 1980-х гг. Объединяет поклонников рокабилли — экспрессивного направления в рок-н-ролле, в котором есть элементы

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> http://vk.com/original\_rockabilly.

кантри и блюза. Самые известные исполнители — Элвис Пресли, в России — группа «Мистер Твистер».

Рокабилли пытаются воссоздать американский стиль 1940–1950-х гг.: собирают раритетные книги и фильмы, коллекцио-



нируют «винтажную» одежду (т. е. одежду, в которой совмещаются стили разных эпох).

Мужчины-рокабилли носят подвернутые джинсы, высокие блестящие ботинки на толстой подошве, джинсовые или кожаные куртки. Любимые цвета — черный, темно-синий и леопардовый.

Прическа — намазанный бриолином кок на голове. Женщины носят юбки-колокольчики и кофты с рукавами-фонариками.

*Рэперы (хип-хоп)*. Численность — не менее 312 тыс. человек $^{17}$ .

Субкультура возникла в афроамериканской среде в конце 1960-х гг. в США, в 1980-х гг. — в СССР.

Хип-хоп включает в себя три компонента: 1) живопись/дизайн — «граффити» — настенные росписи и рисунки; 2) танцевальный стиль — «брейк-данс» («break dance») — пластичный и ритмичный уличный танец; 3) музыкальный стиль — «рэп» («rap») — ритмичный речитатив с четко обозначенными рифмами. Одни из самых известных исполнителей — Етіпет и «Public Enemy», в России — ДеЦл, Noize MS и «Каста».



<sup>17</sup> http://vk.com/music\_is\_my\_life1234.

Рэперы носят широкие джинсы, мешковатые рубашки и футболки, шапки или бейсболки, спортивные кроссовки.

в СССР.

В музыкальном плане панкрок отличается «сырым», грубым и агрессивным звуком, в сценическом отношении — вызывающим эпатажем (классики панк-рока мочились на сцене, резали себя ножом, прыгали со сцены в толпу



и т. д.). Самые известные группы — «The Stooges» (Игги Поп) и «Sex Pistols», в России — Егор Летов («Гражданская оборона»), Янка Дягилева, Михаил Горшенев («Король и шут»).

Основной идеологией панков является стремление к личной

Основной идеологией панков является стремление к личной свободе и независимости. Большинство панков поддерживает нонконформизм, исповедуя при этом принципы «полагаться на самого себя» и «не продаваться». По политическим взглядам

панки чаще всего — левые и анархисты. Но самым определяющим остается «протест ради протеста»: возмущение направлено не только (и не столько) против конкретных экономических и социальных явлений, сколько против упорядочивающего принципа господствующей культуры.



Панки носят рваные и потертые джинсы, черные футболки, «косухи», тяжелые ботинки. Аксессуары: цепи и булавки в одежде, шипованные напульсники, значки и нашивки с названиями групп или политическими лозунгами. Распространенная прическа — ирокез.

<sup>18</sup> http://vk.com/club43978.

Mеталлисты. Численность — не менее 40 тыс. человек $^{19}$ .

Субкультура появилась в конце 1960-х гг. в Великобритании, в 1980-х гг. — в СССР. Музыка «метал» отличается обилием низких частот и ударных инструментов, тексты — воспеванием сильной личности, мужества и свободы. Самая известная группа — «Iron Maiden», в России — «Ария».

Несмотря на присутствие религиозной (неоязыческой) и оккультной мистики в текстах и символике метал-групп, они,



как правило, не носят миссионерского характера и воспринимаются поклонниками как аллегория. Среди металлистов популярна фантастическая и мистическая литература (Г. Лавкрафт, Дж. Толкиен, Ф. Херберт, У. Берроуз и др.), мифология (особенно скандинавская).

Металлисты носят черные узкие джинсы, черные балахоны или футболки с логотипами своих любимых групп, «косухи», высокие ботинки. Аксессуары — перстни с изображением черепов или других магических символов. Преобладает мрачная символика — кровь, черепа, пентаграммы и т. п.

 $\mathit{Индустриальщики}$  (риветхеды). Численность — не менее  $14\ \mathrm{тыс.}\ \mathrm{человеk^{20}}.$ 

Субкультура возникла в середине 1970-х гг. в Великобритании, в начале 1990-х гг. — в России. Стиль «индастриал» предполагает активное использование в музыке — электронных инструментов, перкуссии и шума как элемента; в клипах — образов фабричных корпусов, заброшенных заводов, впечатляющих машин и механизмов. Одна из самых известных групп — «Throbbing Gristle».

<sup>19</sup> http://metallist.su/forum/.

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> http://vk.com/club1832986.

Индустриальщики связаны с направлениями «киберпанк» и «киберготы». Киберпанк — это направление в искусстве, которое описывает общество будущего, связанное с высокими технологиями и использованием компьютеров. (О киберготах см. в разделе «готы»).

Индустриальщики носят камуфляжные штаны, черные кожаные куртки, армейские ботинки. Аксессуары: защитные очки сварщика (гогглы), черные солнцезащитные очки, цепи, противогазы, респираторы, различные индустриальные элементы (заклепки, гвозди, компьютерные комплектующие и т. п.). Прически варьируются от полностью выбритой



головы до ирокезов, дредов и т. д. В моде пирсинг и татуировки. Символика: символ радиоактивности, молнии, череп с костями и прочие индустриальные символы опасности.

Альтернативщики. Численность — не менее 13 тыс. человек $^{21}$ .



<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> http://altworld.ru/forum.

Субкультура появилась в 1980-е гг. на Западе (в начале 1990-х гг. — в России), когда возникли «альтернативный рок» и «альтернативный метал», критикующие «канонические» стили в рок-музыке за их коммерциализированность. В музыкальном плане «альтернатива» представляет собой смесь «метала», панк-рока и хип-хопа. Самая известная и популярная группа — «Nirvana».

В плане политических взглядов альтернативщики разделяют анархические и протестные идеи панков, но, в отличие от них, неагрессивны.

Альтернативщики носят футболки с логотипами любимых групп, рваные джинсы или парусиновые мятые брюки, свободные свитера, тяжелые ботинки. Из аксессуаров предпочитают очки в черной оправе, кожаные браслеты, хлопчатобумажные напульсники, цепочки от часов и ключей, прорезиненные ремни. Прическа — грязные нечесаные волосы, иногда борода и бакенбарды. Альтернативщики часто делают себе пирсинг.

*Готы*. Численность — не менее 28 тыс. человек $^{22}$ .

Субкультура появилась в Великобритании в конце 1970-х гг., в России — в начале 2000-х гг. Объединяет поклонников готикрока и готик-метала — музыкального стиля, отличающегося мрачностью текстов и антуража, а также культом готической эпохи. Самые известные исполнители — «The Cure» (готик-



рок) и «Anathema» (готикметал). Тема смерти и культ кладбищ занимает значительное место в готическом мировоззрении.

мировоззрении.
Во внешнем виде готов есть два обязательных элемента — преобладающий черный цвет и серебряные украшения (серебро — цвет

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> http://vk.com/goth\_goth\_goth.

Луны). Во всем остальном одежда очень разнообразна — начиная от обыкновенной кожаной юбки для девушки и заканчивая шутовским нарядом арлекина для юноши. Нередко в готическом образе фигурируют те или иные романтические элементы прошлых столетий — такие как кружева, жабо, бархат, корсеты и т. п. К примеру, готессы (девушкиготы) часто носят корсеты и длинные платья.



Среди готов выделяются еще киберготы. Они появились в конце 1990-х гг. в США, в России — в начале 2000-х гг. Читают литературу в жанре «киберпанк» (об обществе будущего, где большое значение будут иметь высокие технологии) и «постапокалиптика» (об обществе будущего, пережившем глобальную катастрофу»). Они считают социум системой подавления личности и склонны трактовать реальность с точки зрения философии Шопенгауэра. Часто придерживаются ницшеанских идей о сверхчеловеке. Предпочитают интерьеры в стиле хайтек. Слушают музыку в жанре «индастриал» и, как все готы, готик-рок и готик-метал.

Киберготы-мужчины носят блестящие облегающие черные или фольговые виниловые штаны, футболки с атрибутикой



и надписями, топы, синтетические жилетки на молнии, виниловые плащи, блестящие высокие сапоги или высокие ботинки на толстой подошве. Киберготыженщины — виниловые мини-юбки, топы-бюстье с открытым животом и спиной, поперечно-полосатые (черно-белые) колготки

и нарукавники. Прически: разноцветные волосы «кислотных» цветов (зеленый, синий, красный, фиолетовый); провода, вплетенные в собранные в пучок (иногда в два пучка) волосы; косички в виде проводов (цвета проводов); дреды; ирокезы. Аксессуары: микросхемы, чипы, штрих-коды, пластиковые

ремни и браслеты, ошейники, нашивки с электротехнической символикой, наколенники и щитки, как у роботов, провода, датчики, разъемы, розетки; очки сварщика (гоглы) или летные очки, используемые как обруч для волос.



Эмо. Численность — не менее 240 тыс. человек $^{23}$ .

Субкультура появилась в середине 1980-х гг. в США, в начале 2000-х гг. — в России. Объединяет поклонников музыки эмо — стиля рок-музыки, который отличается мелодичной музыкальностью и экспрессивной лирикой. Одна из самых известных групп — «The Rites of Spring».

Субкультура делится на «олдскул эмо» и «ньюскул эмо».

Основная идея эмо — открытое выражение эмоций, акцент на внутренних переживаниях, романтизм в отношениях полов. Среди эмо также распространена романтизация смерти, депрессии, страданий.

Эмо носят одежду в розово-черных тонах с двухцветными узорами и стилизованными значками. Основными цветами в одежде являются черный и розовый (пурпурный), хотя считаются допустимыми и другие шокирующе-яркие сочетания. Часто на одежде изображены названия эмо-групп, смешные рисунки или расколотые сердца.

Олдскул эмо носят узкие джинсы и узкие футболки, а также «винтажные» вещи. Не признают технику Apple и другие новейшие гаджеты.

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> http://emofans.ru/forum/.

Ньюскул эмо носят сумки со значками, на которых изображены мишки, черепа, пронзенные сердца и т. д.





Прическа — косая челка до кончика носа, закрывающая один глаз, а сзади — короткие волосы, торчащие в разные стороны. Юноши обычно предпочитают прямые черные волосы, девушки делают «детские» прически — «хвостики», «сердечки» и т.п. И юноши, и девушки красятся. Распространен пирсинг.

Треш. Численность — не менее 4 тыс. человек<sup>24</sup>. Субкультура появилась в США в середине 1980-х гг., в России — в середине 1990-х гг. Объединяет:

1) поклонников треш-метала —

1) поклонников треш-метала — музыкального стиля, который отличается высокой скоростью исполнения, большой жесткостью ритмических фигур и агрессией вместе со скоростным стилем гитарных соло в высоком диапазоне частот. Самые известные исполнители — «Metallica» и «Exodus», в России — «Коррозия металла»;



<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> http://trashculture.livejournal.com/profile.

- 2) поклонников фильмов в стиле «треш» пародий на фильмы ужасов, фильмов про зомби, недорогих жанровых фильмов;
- 3) поклонников треш-стиля, который предполагает яркий эпатажный внешний вид (цветные волосы, пирсинг, вульгарное смешение стилей) и увлечение подчеркнуто низкопробной музыкой и кино.

# 3.2. Искусство

Фанфикеры. Численность — не менее 650 тыс. человек $^{25}$ .



Заставка самого крупного сайта фанфиков

Субкультура представляет собой фандомы (сообщества поклонников каких-либо фильмов, сериалов или романов — например, «Гарри Поттера»), члены которых пишут фанфики — любительские сочинения на тему сюжетов любимых книг или фильмов. Сообщества появились в 1960-х гг. практически одновременно на Западе и в СССР, а в 1990-е гг. фанфикеры стали писать свои произведения в Интернете.

Феномен фанфика связан с понятием «сетевая литература», или «сетература» (в некоторых источниках параллельно встречается термин «гиперлитература» и с определенным смысловым оттенком — «кибература»). Сетература — это «произведения, которые не могут быть перенесены на бумагу, либо сильно обесцениваются при таком переносе». Очень часто в таких произведениях письменный текст сочетается с визуальными и звуковыми образами. Практически все исследователи выделяют ряд свойств, которые характеризуют

<sup>25</sup> http://ficbook.net/.

сетературу как отдельный жанр: обязательное использование гипертекста, возможность авторского участия в создании произведения определенного круга лиц либо всех желающих, возможность автоматической обработки текста и использования компьютеров при составлении текста<sup>26</sup>.

Есть случаи, когда фанфики выходят в «большую литературу»: например, «50 оттенков серого» Э.Л. Джеймс — это переделка саги «Сумерки». Большим коммерческим успехом пользуются фанфики из фэндома романов о Гарри Поттере — романы серий «Порри Гаттер» и «Таня Гроттер».

Райтеры (граффити). Численность художников и интересующихся граффити — не менее 172 тыс. человек $^{27}$ . Субкультура появилась в 1960-х гг. в США, в 1980-х гг. —

Субкультура появилась в 1960-х гг. в США, в 1980-х гг. — в СССР. Объединяет художников, которые рисуют граффити — изображения, рисунки или надписи, выцарапанные, написанные или нарисованные краской или чернилами на стенах и других поверхностях. Граффити тесно связано с субкультурой хип-хоп (см. выше).

И на Западе, и в России субкультура граффити изначально не была коммерциализирована, а райтеры, как правило, относились крайне критично к существующему социальному порядку. В начале XXI в. граффити постепенно коммерциализуется, его



методы использует бизнес и масс-медиа, с райтерами начинают сотрудничать музеи.

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Долгополов A. Дискуссия о сетературе в Рунете. http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=320&level1=main&level2=articles.

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> http://www.cans.ru/forum.php.

Анимешники (отаку). Численность — не менее 210 тыс. человек<sup>28</sup>. Субкультура появилась в 1980-х гг. в Японии, в начале 1990-х гг. — в России. Объединяет поклонников манги и аниме — японской мультипликации.

Аниме привлекают молодых людей в России тонкой прорисовкой характеров и точным изображением чувств и переживаний, а также тем, что изображают «идеальную страну», в которой совмещены традиционная культура и высокие технологии.



Один из символов российских отаку



Анимешники часто носят футболки, сумки, брелки с изображением персонажей из аниме, делают прически в подражание любимым героям.

## 3.3. Развлечения

Рейверы и клабберы. Численность — не менее 184 тыс. человек $^{29}$ .

Субкультура появилась в Великобритании в конце 1980-х гг., в России — в начале 1990-х гг. Объединяет любителей ночных клубов и зажигательной электронной музыки, эталоном которой была группа «The Prodigy».



<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> http://vk.com/anidub.

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> http://clubtone.net/forum.

Основная идея — веселая компания и выплеск эмоций в танце под музыку.

Рейверы носят нейлоновые рубашки и футболки «кислотных цветов», обувь на высокой платформе. Популярен пирсинг. Прически — обесцвеченный «ежик».

# 3.4. Компьютерные технологии

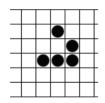
*Геймеры.* Численность — около 28 млн  $^{-}$  человек $^{30}$ .

Субкультура появилась в США в 1950-х гг., в России — в начале 1990-х гг. Объединяет любителей видеоигр, которые играют более двух раз в неделю.



Один из символов российских геймеров

*Хакеры*. Численность — не менее 58 тыс. человек $^{31}$ .



Символ движения хакеров

Субкультура возникла в США в 1950-х гг., в России — в начале 1990-х гг. Объединяет людей, которые интересуются подробностями программ и программированием и любят искать нетривиальные решения. Внутри этой субкультуры есть и те, кто интересуется

взломом систем защиты. Часто существует связь между такими хакерами и преступным миром.

Одна из центральных идей хакерского движения — протест против коммерциализации и узурпации какими-либо государственными органами информации в Сети.

 $<sup>^{30}</sup>$  Давыдов С.Г., Немудрова Т.А. Опыт сегментирования российской аудитории геймеров // Социология: 4М. 2011. № 32. С. 110.

<sup>31</sup> http://forum.xakepok.net/.

4. Сообщества, которые объединяет прежде всего стиль жизни и внешний вид. Их можно разделить по главному отличительному признаку: яркий внешний вид, возвращение к «старомодным» нормам, необычные или эпатажные действия, принадлежность к группе богатых и успешных.

# 4.1. Яркий внешний вид

Фрики. Численность — не менее 2,5 тыс. человек<sup>32</sup>. Субкультура появилась в США в 1960-х гг., в России — в начале 1990-х гг.

Ее представители носят одежду ярких цветов, необычного покроя и из нестандартных материалов. В целом одежда фриков напоминает театральный костюм. В моде пирсинг и татуировки; фрики часто делают пластические операции и вживляют имплантанты. Чаще всего слушают трешметал.



 $\Phi$ урри. Численность — не менее 19 тыс. человек $^{33}$ . Субкультура появилась в США в 1980-х гг., в России в 1990-х гг. Объединяет молодых людей, интересующихся антропоморфными животными, вымышленными существами, которые сочетают в себе анатомические и поведенческие черты



человека и животного. Фурри выбирают себе такого персонажа, называя его «фурсоной», и отождествляют себя с ним.

Одежда фурри — это костюм любимого антропоморфного персонажа.

<sup>32</sup> http://freakportal.ru/forum/0-0-1-35.

<sup>33</sup> http://vk.com/furrygroup.

 $\Phi$ *эшн-гоп*. Численность — не менее 13 тыс. человек<sup>34</sup>.

Субкультура появилась в США в 1950-х гг., в России — в конце 2000-х гг.

Представители фэшн-гоп носят дешевую одежду, но дорогую обувь и сумки, а также намеренно смешивают разные стили. Например, они могут выйти на улицу в спортивных штанах, теплом платке и на каблуках. Особой популярностью у фэшн-гоп пользуются кожаные куртки и штаны-афгани.



Фрутс. Численность — не менее 700 человек $^{35}$ .

Субкультура появилась в Японии в середине 1990-х гг., в России — в конце 2000-х гг.



Представители фрутс носят яркую одежду «кислотных цветов», делают такой же макияж. Как и фэшн-гоп, фрутс смешивают стили: в одежде представителей этой субкультуры можно увидеть элементы европейских костюмов вперемешку с японскими; фрутс носят дорогостоящую одежду вместе с рукоделием или одеждой из секонд-хэнда. Из аксессуаров предпочитают ориги-

нальные сигареты «Pons», эксклюзивного вида мобильники, маленьких роботов и т. д. Как правило, фрутс увлекаются аниме и японской поп — и рок-музыкой.

#### 4.2. Возвращение к «старомодным» нормам

 $Straight \ Edge\ (стрейтэйджеры).$  Численность — не менее 12 тыс. человек $^{36}$ .

<sup>34</sup> http://vk.com/club15377862.

<sup>35</sup> http://www.livejournal.com/userinfo.bml?user=ru\_fruits.

<sup>36</sup> http://vk.com/sxe\_public.

Субкультура возникла в США в 1980-х гг., в России — в начале 1990-х гг.

Straight Edge (англ. — путь напрямик, четкая грань и т. д., сокращенно sXe) — это ответвление панк-культуры, движение или скорее образ жизни, главные ценности которого — взаимосвязь свободы и самоконтроля. Обретение личной свободы не при распущенности, а при возвращении к «старомодным» нормам морали, но только уже не на основе воспитания, а на основе личного выбора. Соответственно, стрей-



Символ Straight Edge

тэйджеров отличают отказ от наркотиков (включая легальные алкоголь и табак), разборчивость в половых связях, а также политические взгляды, характерные всему панк-движению. Как правило, стрейтэйджеры — вегетарианцы.

Представители субкультуры слушают хардкор-панк («7 Seconds» и т. п.). Стрейтэйджеры используют следующую символику: крест («Х») или аббревиатура «sXe», надписи DRUG FREE («свободен от наркотиков») или POISON FREE («свободен от яда»).



*Хипстеры*. Численность — не менее 350 тыс. человек<sup>37</sup>.

Субкультура появилась в США в 1940-х гг., в России — в середине 2000-х гг. Объединяет тех, кто интересуется элитарной зарубежной культурой и искусством, модой, альтернативной музыкой и индироком, артхаусным кино, современ-

<sup>&</sup>lt;sup>37</sup> Костюхина И. Хипстеры и бизнес: по обе стороны баррикад. http://ubr. ua/business-practice/own-business/hipstery-i-biznes-po-obe-storony-barrikad-264767.

ной литературой и т. п. Хипстеры часто работают в режиме «фриланс» — поэтому, как правило, у них много свободного времени, которое они проводят в кафе и в ресторанах, ведя интеллектуальные беседы.

В одежде придерживаются «винтажности»; при этом стараются воспроизвести «старомодный» стиль 1940-х гг. Часто носят: узкие джинсы, леггинсы, футболки с забавными надписями, большие ремни, объемные шарфы, кеды марок «Converse» или «Dr. Martens» или обувь на массивном каблуке.

Прически: классические стрижки с длинной челкой или

Прически: классические стрижки с длинной челкой или неаккуратный пучок на затылке. У мужчин в моде усы и борода.

Аксессуары: гаджеты марки Apple (iPad, iPod, iPhone, MacBook), фотоаппараты и записные книжки «Moleskin» (дерматиновые блокноты на резинке), фотокамеры — ломографы (пластмассовые пленочные аппараты с 16 кадрами в катушке) марок Lomo, Zenit, Holga, Diana F+ и зеркальные модели Canon, Leica, Zenit, Yashica, Fujifilm.

Ванильки. Численность — не менее 5 тыс. человек $^{38}$ .





Субкультура появилась в России в начале 2010-х гг. Объединяет поклонников фильма «Ванильное небо» (США, 2001 г.), которые ратуют за «старомодный» романтизм в отношениях полов: девушка мечтает о прекрасном и нежном принце, юноша

<sup>38</sup> http://vk.com/vaanillkaa.

ведет себя по отношению к девушке трепетно и предупредительно. Девушки-ванильки часто пребывают в меланхоличном настроении и пассивны, юноши — напротив, энергичны, любят заниматься спортом и модными танцами. Элементы образа жизни ванилек: кофе, сигареты, сладости, домашний антураж — большие окна, пледы. Ванильки обычно слушают западный рок и канадского поп-певца Джастина Бибера.

Девушки-ванильки носят футболки с британским флагом или с надписью «I love NY», толстовки, леггинсы; в принципе предпочитают вещи в винтажном стиле. Обувь — угги, ботильоны и балетки, как правило, украшенные бантиком или розочкой. Аксессуары: большие солнечные очки, дорогой фотоаппарат. Прическа — пучок или распущенные волосы с прямой челкой. Юноши-ванильки носят узкие черные джинсы, мокасины, яркие тенниски с поднятыми воротниками, высокие кроссовки, немного вытянутые шапочки.

#### 4.3. Необычные или эпатажные действия

 $\Phi$ лешмоб. Численность — около 44 тыс. человек $^{39}$ .

Субкультура появилась в США в начале 2000-х гг., в России — примерно в это же время. Флэшмоб — это группа незнакомых людей, организованных



Символ флешмоба

знакомых людей, организованных с помощью средств электронной коммуникации, которые собираются в публичном месте и действуют в установленное время в соответствии с определенным сценарием, после чего быстро расходятся. Цель подобных акций — создать «нестандартные ситуации» и привлечь внимание окружающих.

Смысл в таких акциях, как правило, присутствует, но он носит скорее абстрактный, нежели конкретный характер.

<sup>39</sup> http://www.flashmob-forever.ru/index.php?sid=dae0fb41de15676aa9427584ab2f4394.

В большинстве своем флешмоб-акции направлены на борьбу с замкнутостью, закомплексованностью, стереотипностью поведения в современном мегаполисе, излишней рациональностью мышления, мешающей ежедневно испытывать яркие эмоции и без стеснения их проявлять.

Флешмоб, как правило, организовывается через интернетсайты. Сценарий, место и время акции назначаются либо администрацией сайта, либо путем голосования. Существуют и так называемые авторские мобы, которые организуются одним человеком, при этом мобберы оповещаются по рассылке. Акции проводятся в многолюдных местах (исключение — так называемый «моб хаус»). Инструкции по проведению акции могут быть опубликованы на сайте, либо выдаются до начала акции специальными агентами.

Флешмобберы ведут активный образ жизни, подразумевающий занятия спортом, музыкой, туризмом, искусством и т. д.

*Пранкеры.* Численность — не менее 39 тыс. человек $^{40}$ . Субкультура появилась в 1970-х гг. в США, в России — в начале 2000-х гг.

Пранк — это импровизационный хулиганский розыгрыш по телефону незнакомого абонента с целью вызвать яркую от-

ветную реакцию (в диапазоне от растерянности и смятения до гнева и ярости). Эти розыгрыши пранкеры записывают на магнитофон или через модем в компьютер. Звуковые файлы с наиболее удачными записями выкладываются на пранк-сайтах и становятся доступными для всех желающих.



http://vk.com/pranker222 Один из символов пранкеров

<sup>40</sup> http://prankru.net/forum.php.

*Падонки*. Численность — не менее 1,5 тыс. человек $^{41}$ .

Субкультура появилась в России в конце 1990-х гг. Объединяет тех, кто создает и употребляет «язык падонкафф» — стиль



Один из символов падонков

употребления русского языка с фонетически почти верным, но орфографически нарочно неправильным написанием слов (так называемым эрративом), частым употреблением ненормативной лексики и определенных штампов, характерных для сленга. Самые

известные слова из этого ряда — «превед», «котег», «аффтар», «зачот» и т. п. Основные идеи падонков — тотальная ирония, подчеркнутая карнавальность (нарушение нормы становится нормой), свободное языковое творчество — «орфоарт», мужская солидарность и презрение к гомосексуализму.

#### 4.4. Принадлежность к богатым и успешным

*Мажоры (золотая молодежь)*. Численность — не менее 5 тыс. человек $^{42}$ .

Выражение «золотая молодежь» появилось во Франции в конце XVIII в. как название молодых людей, сыновей нуворишей, которым было интересно только прожигание жизни.

В современном виде субкультура появилась в СССР в конце 1970-х гг. Объединяет детей влиятельных и богатых родителей, полностью устроивших их жизнь. Мажоры учатся в специальных школах типа МЭШ (Московская экономическая школа) и поступают в престижные вузы.



<sup>41</sup> http://padonki.org/authors.do.

<sup>42</sup> http://magori.ucoz.ru/forum/.

Как правило, редко работают, но очень много тратят денег. Чаще всего мажоры, избалованные своими родителями, плохо приспособлены к реальной жизни и психологически очень неустойчивы.

Мажоры с детства одеваются очень броско — дорогая брендовая одежда и обувь, сумки Gucci или Prada, часы, усыпанные драгоценными камнями, и т. п.

Гламур. Численность — несколько десятков тысяч человек. Субкультура возникла в США в 1950-х гг., в России — в 1990-х гг.



Объединяет поклонников «гламура» — эстетического направления, связанного с культурой массового потребления, модой и шоу-бизнесом. Для мировоззрения гламура характерны акцент на роскоши и внешнем блеске, полное равнодушие к социальным и культурным проблемам,

бравурно-потизивный настрой. К элементам образа жизни относятся — яхты, виллы, вечеринки, модные курорты, презентации, показы мод, центры здоровья и красоты, дорогой алкоголь, еда и сигареты.

Одеваются представители субкультуры только в дорогие брендовые вещи. Женщины носят вечерние платья, одежду с мехом, обувь на высоком каблуке. Предпочитают блестящий макияж. Мужчины носят узкие брюки, обтягивающие рубашки или майки. В моде представители гламура ориентируются на глянцевые журналы.

Яппи. Численность — не менее 370 тыс. человек $^{43}$ . Субкультура появилась в США в середине 1980-х гг., в России — в начале 1990-х гг. Объединяет молодых и амбициозных

<sup>43</sup> http://www.yuptalk.ru/.

офисных работников (менеджеров, сотрудников банков и т. п.), для которых главная цель жизни — карьерный успех. Мировоззрению яппи присущи цинизм, предельный прагматизм и презрение к менее успешным людям. В кругу представителей субкультуры яппи очень вежливы; на неудачи и трудности здесь жаловаться не принято. Яппи никогда не работают в одиночку, они живут только в рамках бизнес-системы; но вместе с тем легко покидают свои компании в поисках лучшего заработка. Работать российские яппи предпочитают в России — их заработок здесь выше.

Яппи, как правило, холосты; к изменам в браке относятся снисходительно. Избегают неформальных обществ и увлечений, как правило, не имеют близких друзей.

Элементы жизни яппи — дорогой автомобиль, элитное

жилье (лофт или пентхаус).

Яппи носят строгие деловые костюмы и рубашки. Аксессуары — самые дорогие смартфоны, ноутбуки и т. п. Отметим, что в конце 2000-х гг. в субкультуре яппи появилось новое направление — экспи. Это молодые профессионалы, которые делают акцент не на внешнем виде, а на профессиональных навыках; одеваются они очень демократично.



# Основные результаты и тенденции субкультурной социализации

#### Личностное развитие

#### Образ жизни

Субкультура Straight Edge своим основным принципом провозглашает отказ от вредных привычек. Рэп-певцы часто выступают на мероприятиях, посвященных пропаганде здорового образа жизни. Как правило, отказываются от вредных привычек эмо, трейсеры и хипстеры.

С другой стороны, неотъемлемая часть практики растаманов — курение канабиса. Уличные гонки стритрейсеров — постоянный риск для жизни. В среде гопников курение и распивание алкоголя — обязательная норма.

#### Создание «альтернативной» реальности

Индеанисты, фанфикеры, ролевики и толкиенисты, анимешники и фурри, частично — индустриальщики и металлисты — вместо обыденного мира — реалистичного, материалистичного и скучного — создают свой — альтернативный, который мистичен, магичен, фантастичен. Геймерам же этот мир создают компьютерные технологии, а не их воображение.

Отметим в связи с толкиенистами, что часть их (всерьез или в шутку) начинают себя позиционировать как этнокультурные общности: так, во время Всероссийской переписи 2002 г. впервые появились хоббиты и эльфы, а Всероссийская перепись 2010 г. зафиксировала существенный рост последних<sup>44</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Итоги Всероссийской переписи населения 2010 года: больше эльфов и меньше хоббитов. http://www.taday.ru/text/1365028.html.

#### Отношение к жизни: романтизм и прагматизм

Ряд субкультур романтизируют скучный и прагматичный мир, предоставляя возможность каждому совершить личный подвиг и проявить свою индивидуальность. В качестве «площадки» берутся иная историческая эпоха (индеанисты, ролевики), пространство художественного произведения (толкиенисты), улицы, на которых происходят криминальные разборки (гопники, скинхеды, фанаты, антифа, рэперы), автодороги (байкеры, стритрейсеры), подземные и заброшенные сооружения (диггеры, индустриальщики).

Эталонной в этом отношении можно считать этику ролевиков — этику героизма, которая идет от самой игры и философских идей литературы в стиле научной фантастики и фэнтези. В ее основе лежат Поступок и индивидуальные достижения как базис статуса и самоуважения. Герой всегда несет какуюто миссию, которая глубоко индивидуалистична по характеру реализации и социальна по содержанию.

С другой стороны, присутствует и установка на прагматизм: «понты», связанные с материальным успехом, объединяют «полугопов» (гопников из среднего класса) и яппи, мажоров и гламур.

### Культ детскости, чувств и страданий

Анимешники, фурри, эмо и ванильки культивируют детский мир и детские эмоциональные реакции. Эмо и ванильки возводят эмоциональные переживания в культ, стимулируя и провоцируя их; готы таким же образом культивируют смерть.

#### Интеллектуальный и культурный уровень

Индеанисты, толкиенисты и фанфикеры — это люди, много читающие, поскольку их субкультуры связаны с письменными

текстами. Среди панков тоже довольно много читающих людей, поскольку панк — во многом философское направление.

Флешмобберы и падонки, как правило, привлекают образованную молодежь, поскольку первые предполагают придумывание интеллектуальных сценариев, вторые — языковые эксперименты.

Субкультура яппи целиком состоит из людей, получивших хорошее образование и знающих иностранные языки. Многие анимешники благодаря своему увлечению изучают язык и культуру Японии.

Определенный интеллектуальный уровень демонстрируют и российские геймеры: на первом месте у них не «стрелялки», как принято думать, а головоломки, логические игры и паззлы.

К читающим относится даже такая нацеленная на чувства, а не на интеллект субкультура, как ванильки. Кроме «попсового» Пауло Коэльо, ванильки любят интеллектуального Фредерика Бегбедера.

Самые интеллектуальные субкультуры — это рокабилли, хипстеры и готы. Рокабилли и хипстеры, в силу своего увлечения западной культурой 1940-х–1960-х гг., читают и смотрят западную классику ХХ в. Готы — как правило, поклонники «черного романа» эпохи романтизма с его «вампирской» эстетикой и подробным описанием кошмаров. Готы довольно часто интересуются не только классической литературой, но и классической музыкой — Бахом, Григом, Моцартом, Вивальди, Вагнером.

С другой стороны, низок интеллектуальный и культурный уровень самой многочисленной субкультуры — гопников, где непритязательные культурные запросы — неотъемлемая часть образа жизни.

#### Раскрытие творческого потенциала

Субкультура фанфикеров, падонков и райтеров вся построена на творчестве — сочинительстве, языковой игре

и рисовании. Благодаря «фанфикшн», к сочинительству подключаются ролевики, толкиенисты, анимешники и фурри; благодаря райтерам рэперы и киберготы часто увлекаются граффити.

Субкультуры индеанистов, ролевиков, толкиенистов, фурри сподвигают их представителей придумывать интересные сценарии игр и выездов, шить костюмы и т. п. Некоторые ролевики приобщились к кузнечному делу, занялись производством специального игрового оружия и доспехов. У анимешников присутствует драматическое творчество — косплей, т. е. костюмированные представления перосонажей аниме, манга (японских комиксов) или видеоигр.

У толкиенистов развито стихотворное и песенное творчество («менестрельский фолк»); группа «Мельница» подняла этот жанр на профессиональный музыкальный уровень и вывела далеко за субкультурные рамки.

Индустриальщики профессионально увлекаются фотографированием — делают фотографии на фоне старых фабрик, промзон, недостроев и заброшенных домов, которые они считают «серой красотой мегаполиса». Треш, фрики, фрутс, фэшн-гоп, не имея практически никаких жестких канонов внешнего вида, активно экспериментируют с одеждой, часто придумывая не только эпатажные, но и просто оригинальные и творческие костюмы.

Творчество типа «хенд-мейд» развито у спортивных субкультур. Так, наиболее уважаемыми среди байкеров считаются мотоциклы, сделанные своими руками, с умением и богатой фантазией. Чаще всего они относятся к классу чопперов (choppers) или кастомов (customs), обладающих собранным вручную мотоциклом (с использованием большого количества тюнинговых запчастей), сильно отличающимся от сошедшего с заводского конвейера и имеющим ярко выраженную индивидуальность.

Пранкеры создают на основе записанных ими телефонных разговоров миксы, песни, стихотверения и т. д., которые называются «креативами».

Наиболее разнообразен творческий потенциал у анимешников: многие «отаку» рисуют, пишут «анимешную» прозу, сочиняют и снимают клипы.

#### Акцент на внешней форме

Для фриков, треш, фэшн-гоп внешняя форма и внешний вид — самое главное и определяющее. Ванильки и хипстеры, тщательно воспроизводя «старомодные» и «непопсовые» идеалы, на деле куда более заняты своим гардеробом и производимым впечатлением — отсюда, например, и страсть к самофотографированию.

Присутствует также игра и в субкультурные практики: берется внешняя форма, а не идейное содержание субкультуры. Например, среди хиппи много так называемых «пионеров» — молодых людей 14–20 лет, которые в основном пользуются лишь атрибутикой и сленгом хиппи, а не их идеями и образом жизни. Для большинства футбольных фанатов куда важнее внешняя атрибутика и столкновение с другими сообществами фанатов, а не собственно футбол.

#### Несерьезное отношение к жестокости

Японская анимация, которой увлекаются «отаку», полна жестоких и кровавых сцен. Для японской культуры это органично и вписывается в ее философию; однако российские анимешники из этого могут почерпнуть лишнюю агрессию и притупление чувства сострадания. То же самое касается компьютерных игр, в которые играют геймеры: пусть «стрелялки» и не находятся у них на первом месте, однако играют в них многие.

#### Навыки взаимодействия в группе

#### Ранняя социализация

Как уже отмечалась, в субкультуры молодежь включается с 13–14 лет, в ряде случаев — с 11–12, что помогает человеку быстро найти свою группу для социализации, начиная с раннего подросткового возраста.

#### Присутствие людей разного возраста

Самые многочисленные субкультуры включают лиц разного возраста — от подростков до людей среднего возраста; большая часть молодежных субкультур объединяет подростков и молодежь 20–30 лет. Это дает молодым людям навыки коммуникации со старшими и младшими, помогает сгладить конфликт поколений.

#### Навыки диалога и совместного творчества

Индеанисты, ролевики и толкиенисты совместно вырабатывают нормы и правила своих творческих мероприятий.

Молодые райтеры, желая продвинуться и получить признание, постоянно находятся в диалоге со старшими товарищами, которые им что-то советуют и оценивают их.

Высокий уровень коммуникации предполагает флешмоб. «Фанфикшн» же в принципе построен на постоянном диалоге. Читатели и авторы фанфиков постоянно разговаривают друг с другом в процессе чтения и письма, меняются ролями, становятся друг для друга редакторами (принято взаимное редактирование текстов перед выкладкой их в открытый доступ — такое участие варьируется от грамматической правки до полноценного соавторства в написании), пишут совместно и продолжают тексты друг друга, создавая сиквелы и «фан-

фики по фанфикам», рекомендуют тексты, составляют списки «любимого» и «лучшего», проводят друг для друга семинары по письму и переводу $^{45}$ .

#### Ценности в межличностных отношениях

В отличие от «большого социума», где «человек человеку волк», многие субкультуры пытаются внутри себя построить особую систему отношений, основанную на благородстве и верности. Отношения внутри хиппи («Система»), ролевиков «живого действия» и толкиенистов построены как квазисемейные: заключаются «братские» и «сестринские» союзы, практикуются «усыновления» и «удочерения». У толкиенистов культивируется рыцарское отношение к друзьям и противникам, а также старомодная вежливость; у байкеров, диггеров и трейсеров — командный дух.

На культе товарищества и братства построены даже такие экстремистские субкультуры, как гопники, футбольные фанаты и скинхеды. Определенные ограничения существуют и на агрессию по отношению к внешним: гопники и скинхеды обычно не трогают женщин и детей; футбольным фанатам запрещено трогать мирных жителей, драться холодным оружием и бить противника, когда он уже упал.

## Отношение к разным социально-экономическим группам

«Классовый» и «межклассовый» характер субкультур

Ряд влиятельных субкультур подчеркивает принадлежность к определенной социальной страте и либо зависть к тем, кто

 $<sup>\</sup>overline{\ \ ^{45}}$  *Самутина Н*. Великие читательницы: фанфикшн как форма литературного опыта // Социологическое обозрение. 2013. Т. 2. № 3. С. 184.

успешнее, как у гопников, либо презрение к «лузерам», как у субкультур богатых — яппи, мажоров и гламур.

Социальная фрустрированность сохраняется у райтеров — выходцев из социального «низа». Уровень социальной адаптации у них ниже, чем у обычных художников. Они больше склонны к риску и меньше интересуются окружающей средой.

С другой стороны, у некоторых субкультур присутствует смешанный социальный состав — у рокабилли, ролевиков, многочисленных анимешников и геймеров (правда, среди последних довольно много обеспеченных молодых специалистов).

К важным тенденциям относится изменение социального состава в изначально «бедных» и «рабочих» субкультурах: к скинхедам и фанатам в конце 1990-х гг. пришли молодые люди из среднего класса; внутри гопников возникли минисубкультуры «стиляг» — полу-гоп и чавы, являющиеся представителями среднего класса, у которых остались мировоззрение и ценности гопников.

Субкультура треш дала новую форму культурного протеста — одежду с надписями типа «Я бомж» или «Я грузчик», которые носят и бедные, и обеспеченные люди в знак открытого пренебрежением социальным статусом и условностями. Сквоттеры и красти играют роль интеллектуальной элиты маргинальной группы бездомных.

Что касается национальности, то все субкультуры открыты людям разной этнической принадлежности. Даже у скинхедов нет жесткого отбора по «чистоте крови»: там встречаются татары, осетины, грузины и армяне<sup>46</sup>.

 $<sup>^{46}</sup>$  Беликов С.В. Бритоголовые. Все о скинхедах. М.: Книжный мир, 2011. С. 37-38.

#### Демонстрация социальной позиции

Некоторые субкультуры остро критикуют потребительство и стяжательство. Так, неприятие западного образа жизни — обязательная черта мировоззрения растаманов. Панки — как правило, убежденные антикапиталисты. Антифа, будучи часто представителями кавказских народов или лицами, родившимися в смешанных национальных и расовых браках, представляют собой группу самозащиты дискриминируемых национальных меньшинств.

Но наиболее яркая социальная позиция — у субкультуры рэперов. Русский рэп (некоммерческий) в текстуальном отношении отличается яркой социальной направленностью, демократизмом, презрением к богатым. Многие отечественные рэперы пишут тексты на острые политические события и сатирически высмеивают олигархов.

Есть и «правая» социальная позиция — у яппи, с опорой на которых была создана либерально-демократическая партия «Гражданская сила».

### Взаимодействие с культурой «большого» социума

# Доминирование субкультур иностранного происхождения

Большая часть современных российских субкультур появилась в США (на втором месте — Великобритания); чрезвычайно популярна среди старших подростков и студентов японская субкультура аниме. Отечественного происхождения — только мажоры и гопники, появившиеся в СССР, а также падонки и ванильки — собственно постсоветские субкультуры. При этом происходит и «обрусение» ряда субкультур — например, фанфикеров, ролевиков и толкиенистов: у них появились русский субкультурный фольклор, яркие авторы книг и песен, свои традиции и т. п.

#### Переход субкультур в Интернет

У всех субкультур имеются свои группы в социальных сетях и ЖЖ, у многих есть сайты и форумы для общения. Очень популярна такая форма общения у современных хиппи и растаманов, которые включены прежде всего в интернеткоммуникацию, а не в общинную жизнь. Весьма связаны с Интернетом субкультуры, которые либо получают информацию о мероприятиях субкультуры через Сеть (антифа, флешмоб), либо занимаются интернет-самопрезентацией (хипстеры, ванильки). Есть сообщества, которые существуют только в Интернете: хакеры, геймеры, падонки, фанфикеры.

#### Популяризация и коммерциализация

Успешные социокультурные практики становятся предметом интереса маркетологов. Они либо создают особый кластер рынка для обслуживания представителей субкультур («неформалы» в целом, ролевики), либо начинают «продавать» такие практики обществу. Так, например:

- хип-хоп, субкультура бедных районов на Западе, в России в лице исполнителей и клубов стала субкультурой «модной» и богатой молодежи (только в Интернете есть место «некоммерциализированным» исполнителям);
- флешмобом давно пользуются и в коммерческих, и в политических целях;
- образы героев сериалов (Катя Пушкарева из сериала «Не родись красивой») и треш-эстрады (Николай Воронов), ставших популярными у фриков, раскрутили до массового коммерческого успеха;
- стиль одежды гламур, фэшн-гоп и рокабилли стал модным далеко за субкультурными рамками, равно как и элементы субкультурной одежды и аксессуары: «косухи» (металлисты, байкеры), дреды (растаманы) и «фенечки» (хиппи и иные субкультуры).

#### Гендерные нормы

Как уже было указано, во многих субкультурах преобладают мужчины; некоторые вообще построены как мужские братства, где пропагандируются соответствующие нормы поведения. Таким образом, пребывание в подобных субкультурах дает молодым людям — особенно тем, кто вырос в неполных семьях, — определенную гендерную социализацию. «Женская» социализация присутствует значительно слабее и очень ярко выражена только в субкультуре ванилек.

Субкультуры, критически смотрящие на традиционные гендерные нормы и роли, тем не менее, часто пропагандируют уважительное и трепетное отношение мужчины к женщине — как, например, готы и особенно юноши-ванильки.

С другой стороны, гендерные роли переосмысляются во многих субкультурах. Размываются гендерные барьеры внутри субкультур: в типично «мужских» сообществах скинхедов и футбольных фанатов, байкеров, трейсеров, диггеров, райтеров появляются девушки, а в чисто «женской» субкультуре ванилек — юноши.

Хиппи, яппи и хипстеры отрицают социальные гендерные роли. Эмо, готы, фрики, анимешники и фурри вообще культивируют андрогинность.

#### Адаптация к социуму в целом

#### Нонконформизм и конформизм

Скинхеды и рэперы агрессивно протестуют против неправильного, с их точки зрения, общественного устройства; антифа, панки и альтернативщики выступают (правда, больше с философских позиций) против любого государственного и общественного устройства в целом; индеанисты, ролевики и толкиенисты, хиппи и растаманы, рокабилли и инду-

стриальщики, эмо и готы, райтеры, анимешники, хипстеры, ванильки — уходят от него во «внутреннюю эмиграцию». С одной стороны, такой протест создает проблемы в адаптации в большом социуме; с другой — протест обостряет понимание, что мир несовершенен и нуждается в изменениях; появляется желание что-то изменить — пусть даже не в социуме, но хотя бы в себе самом.

С другой стороны, многие субкультуры принимают сложившуюся социально-экономическую и культурную систему, приспосабливаясь к ней и паразитируя на ней. На одном социальном «полюсе» находятся гопники, на другом — мажоры, яппи и гламур, которых объединяет уверенность, что всегда побеждает сильный и наглый, а главное — производить впечатление «крутого» и успешного.

«Внутренняя эмиграция», также являющаяся способом протеста, тоже превращается в комформизм — у субкультуры столичной интеллигенции, хипстеров, нет особой идеологии или социальной позиции. Артхаусное кино, музыка, модные романы интересуют их примерно так же, как брендовые вещи (которым хипстеры уделяют очень большое внимание) — потому что они поднимают престиж того, кто ими обладает. Хипстеры претендуют на элитарность и интеллектуальность так же, как гопники и мажоры — на «крутизну».

Такой конформизм проявляется и в способности к безболезненному встраиванию в современные социально-экономические отношения.

Толкиенисты, которые в обществе обычно считаются людьми, к жизни не приспособленными и оттого ушедшими в альтернативную реальность, а также металлисты и байкеры, которые кажутся обывателю агрессивным вариантом гопника-правонарушителя, — относятся к среднему классу. Готы, которые многим представляются ни на что, кроме интереса к вампирам, не способными, успешно учатся и осваивают творческие профессии.

#### Культ хамства и издевательств

Наглость и агрессия — характерные черты гопников. Субкультура пранкеров основана на издевательских телефонных звонках. Высокомерное пренебрежение к «лузерам» культивируются у мажоров и гламура.

#### Отношение к закону и государству

#### Пренебрежение к правопорядку

Самая главная деятельность скинхедов, стритрейсеров, пранкеров, сквоттеров, диггеров основана на нарушении законодательства; деятельность гопников, футбольных фанатов, антифа, байкеров, райтеров, хакеров тоже часто переходит рамки закона.

#### Культ криминального сообщества

Во многих рэп-текстах воспевается криминальный мир. Но если у рэперов это форма социального протеста, редко переходящая в конкретные действия, то у гопников это краеугольный камень всей субкультуры. Отношения у гопников построены на тюремных «понятиях» и культе физической силы, уголовники — одни из самых авторитетных лиц. Скинхеды у гопников считаются элитой — часто откровенно «гопнические» группировки провозглашают себя скинхедами и начинают носить атрибутику этой субкультуры.

#### Нелояльность к государству и попытка государства «приручить» субкультуры

Если гопники ненавидят полицию, поскольку подражают криминальному миру, а антифа выступают против государства

принципиально (хотя и в этом случае протест был бы меньше, если бы представители власти не пытались насильно слить антифа с провластными движениями), то у остальных их неприятие связано с протестом против действий властей. Скинхеды ненавидят провластные движения за их безыдейность и сервилизм. Хипстеры же, вышедшие на политическую арену во время митингов в 2011–2012 гг., поддерживают оппозицию потому, что она критикует власть остроумно, а власть чрезмерно серьезна. Яппи критикуют государство за патриотическую риторику, с которой расходится прагматическая реальность — как во внешней, так и во внутренней политике.

Есть и другая тенденция: «патриотическая» риторика властей и «брутальный» имидж президента страны привлекают представителей экстремистских субкультур. Гопники, при всей нелюбви к органам правопорядка, уважают исполнительную власть в лице В. Путина; фанаты, «купленные» тем, что на их драки часто закрывают глаза, принимают участие в политических акциях; скинхеды, по той же причине, стали с 2000-х гг. гораздо чаще проводить санкционированные акции (пикеты, митинги, шествия) и довольно охотно идти на контакт с правоохранительными органами. Государственная поддержка оказывается «коммерческим» рэп-певцам. Особое же внимание глава государства оказывает байкерам, даже лично принимая участие в их акциях.

#### Отношение государства и общества к субкультурам

#### Безразличие молодежи к ярко выраженным субкультурам

Молодежь, которая и является главным агентом субкультур, относится к ним в целом безразлично<sup>47</sup> — хотя, возможно, это касается ярких субкультур, которые бросаются в глаза, а не незаметных, но почти всеобщих, вроде геймеров. Очень часто

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> *Карпиленя С.С.* Молодежная субкультура как способ социализации молодежи в условиях модернизации российского общества: Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. Ростов-н/Д., 2009. С. 32.

молодые люди свою принадлежность к подобным субкультурам не осознают.

#### Неадекватные представления о субкультурах в общественном сознании

Многие реальные черты молодежных субкультур находят неадекватное восприятие в «большом» социуме, что способствует дальнейшему отчуждению и непониманию между ними.

Так, готы считаются «вампирами» и «кладбищенскими завсегдатаями», но они далеко не всегда всерьез думают о суициде. Их мрачность — это иллюстрация их философии трагизма жизни, которая далеко не всегда приводит к радикальным последствиям. Эмо — «плаксы и слабаки, мечтающие умереть» говорят о смерти, как правило, не всерьез, тема смерти и яркое, нарочитое выражение эмоций — это просто протест против прагматизма, лицемерия и бездушия. Металлисты — «сатанисты и язычники» — далеко не всегда придерживаются какихлибо религиозных взглядов; неоязыческие тексты и символы, образ сатаны — как правило, всего лишь часть нонконформистской эстетики. Хакеры — «взломщики» — объединяют прежде всего не компьютерных преступников, а тех, кто интересуется подробностями программ и программированием и любит искать нетривиальные решения. Яппи — «интернационалисты» — в большинстве своем «стихийные националисты», чему способствуют их частые поездки за границу, где отношение к ним как к людям второго сорта, независимо от количества денег, вызывает естественный протест. Другое дело, что яппи отстраняются от «патриотических» политических сил, считая их «левыми», т. е. «коммунистами, которые придут и все отнимут».

Падонки — «неучи с нулевой грамотностью» — как правило, люди, хорошо знающие русский язык, для которых их особое «олбанское наречие» — форма языковой игры. Треш — «люди,

напрочь лишенные вкуса, которым нравится непонятно что» — хорошо понимают, что их любимые фильмы и песни — не искусство, а «прикол». Среди фанфикеров — «бездарных графоманов» — наибольшим авторитетом обладают взрослые люди 30–40 лет с высшим гуманитарным образованием и высоким качеством создаваемых ими текстов.

Толкиенисты — «маргинальные чудаки, уходящие в альтернативную реальность» — очень часто образованные люди с хорошей профессией и стабильным заработком, или дети из интеллигентных семей, достаточно обеспеченные, чтобы тратить деньги на свои артефакты. Среди геймеров — «неудачников, которые уходят от собственных проблем в виртуальную реальность», — часто встречаются хорошо зарабатывающие представители «офисно-компьютерной» интеллигенции.

# Неадекватная реакция государства и общественных деятелей на субкультуры

В «Концепции государственной политики в области духовно-нравственного воспитания детей в РФ и защиты их нравственности», которая обсуждалась (но не была принята) в Госдуме в 2008 г., содержался призыв бороться с эмо и готами, не менее опасными, по мнению разработчиков, чем скинхеды. В 2014 г. представители Русской православной церкви предложили создать сообщество, направленное на борьбу с аниме, — православные психологи и педагоги будут отсматривать мультфильмы в этом стиле на соответствие их восприятию детской психикой.

В прогосударственных СМИ начал тиражироваться негативный образ хипстера — «креакла», утверждалась опасность для государства этой субкультуры — в то время как хипстеры присутствуют в оппозиции только потому, что протест «стал трендом». Кроме того, класс потребителей, «образованных бездельников» — это не инородное тело, а прямое порождение политики правящей элиты.

Во всех этих случаях странно как то, что представители государства и общества, не разобравшись в проблеме, обращают внимание не на самые опасные субкультуры и сильно преувеличивают их опасность, так и то, что предлагаются неадекватные меры — борьба и запреты, которые будут способствовать только сплочению представителей субкультур и еще большему неуважению к государственной власти.

В то же время в отношении полукриминальных субкультур власть ведет себя попустительски — на погромы скинхедов и футбольных фанатов часто смотрят сквозь пальцы, «покупая» тем самым их лояльность. Спокойно власть относится и к тому, что в Россию свободно въезжают ультраправые идеологи из Германии и США, чтобы обучать скинхедов.

Встречают такие субкультуры и определенную поддержку

Встречают такие субкультуры и определенную поддержку общества. Хотя молодежь в целом, включая интеллигенцию, относится к гопникам негативно, но учащиеся, включая будущих рабочих и младших менеджеров, — позитивно: 33,8% из них дают характеристику представителям гоп-молодежи как независимым, свободным от предрассудков людям<sup>48</sup>. Другая тенденция — поддержка бизнесом скинхедов и связанных с ними экстремистских организаций.

### Предварительные выводы

Через субкультуры так или иначе проходит большая часть молодежи. Подавляющее большинство субкультур составляют десятки и сотни тысяч молодых людей, миллионы представителей насчитывают геймеры и гопники.

Кроме того, существует группа молодежи, которую условно можно назвать «неформалами», — они не причисляют себя к какой-либо конкретной субкультуре, но слушают русский

 $<sup>^{48}</sup>$  *Гаврилюк В.В.* Гопники как феномен в среде молодежи // СОЦИС. 2010. № 1.

и зарубежный рок самых разных направлений, часто с любовью воспринимают Толкиена и фэнтези, иногда носят элементы субкультурной одежды и аксессуары («косухи», футболки с логотипами любимых групп, «фенечки» и т. п.).

В субкультуры обычно входят молодые люди с 14 до 30 лет, хотя есть ряд исключений. Имеются самые универсальные субкультуры, которые объединяют подростков, молодежь и людей среднего возраста (до 45 лет), — это гопники, геймеры, фанфикеры и стритрейсеры.

фанфикеры и стритрейсеры.

Что касается гендерного состава, то существуют субкультуры — «мужские братства» (гопники, стритрейсеры и «падонки») и «женские сообщества» (ванильки и фанфикеры). Мужчины преобладают у панков, любителей тяжелой музыки — металлистов и индустриальщиков, у «романтиков» — индеанистов и толкиенистов (той их части, которая принимает активное участие в ролевых играх, а также у Straight Edge. Небольшое преобладание мужчин наблюдается в субкультурах антифа, геймеров и аниме. Во всех остальных субкультурах практически одинаково представлены и мужчины, и женщины.

Что касается социального бэкграунда, то к выходцам из бедных семей и рабочих кварталов относятся райтеры, гопники и панки, остальные — из среднего класса. Смешанный социальный состав присутствует у рокабилли, ролевиков, многочисленных анимешников и геймеров. К важным тенденциям относится изменение социального состава в изначально «бедных» и «рабочих» субкультурах: к скинхедам и фанатам в конце 1990-х гг. пришли молодые люди из среднего класса; внутри гопников возникли мини-субкультуры «стиляг» — полу-гоп и чавы, являющиеся представителями среднего класса, у которых остались мировоззрение и ценности гопников.

Ряд субкультур имеет яркую социальную позицию. Особенно этим отличаются рэперы: их певцы пишут на острые политические и социальные темы песни, которые становятся популярными далеко за границами рэп-субкультуры.

Большая часть субкультур, появившихся в современной России, зародились в США, на втором месте — субкультуры

из Великобритании; чрезвычайно популярна среди старших подростков и студентов японская субкультура аниме. Отечественного происхождения — только мажоры и гопники, появившиеся в СССР, а также падонки и ванильки — собственно постсоветские субкультуры. Значительно «обрусели» субкультуры иностранного происхождения — фанфикеры, ролевики и толкиенисты. У них появились русский субкультурный фольклор, яркие авторы книг и песен, свои традиции и т. п.

Подавляющая часть российских субкультур возникла в России в 1990-е гг. Однако продолжают сменяться поколения и в субкультурах 1970-х гг. (байкеры, фанаты, ролевики, толкиенисты) и 1980-х гг. (металлисты, панки, рэперы). Набирают популярность субкультуры 2000-х гг. (готы, эмо, хипстеры).

У представителей власти и общества далеко не всегда есть адекватное представление о субкультурах; часто к довольно безобидным из них относятся резко отрицательно, но при этом попустительски — к экстремистским. В то же время к ярким субкультурам молодежь, главный агент социализации, относится в целом нейтрально.

В субкультурах молодой человек, как правило, получает возможности для интеллектуального и творческого развития и навыки взаимодействия в группе; у него формируется определяемый субкультурой подход к гендерным нормам и «большому» социуму в целом; очень часто представители субкультур хорошо адаптируются в социуме, но к государству настроены либо резко враждебно, либо критически.

То, что субкультуры, насчитывающие сотни тысяч человек (ролевики, фанфикеры, геймеры), уходят в «альтернативную» реальность, говорит о том, что многие молодые люди не видят смысла и возможности изменить реальный мир или открыто протестовать против него. Однако они конструируют свой мир, уходя в свою «внутреннюю эмиграцию».

Вызывает тревогу, что единственная субкультура, которая может стать ядром общества, — это гопники. Сегодня именно их сленг и стиль становится общепринятым в российском

обществе. Через гопников тюремные «понятия», которые регулируют нормы закрытой тюремной субкультуры, распространяются на все общество. К гопникам (по образу поведения и мировоззрению) фактически относятся не только полукриминальные подростки, но зачастую и «менеджеры среднего звена», часть среднего класса и чиновничества. Это могут быть довольно обеспеченные люди, но в общении и в стиле — те же гопники «из подворотни». Агрессия, привычка жить и нападать «стаей» и уверенность, что главное — быть «крутым пацаном», становятся нормой для значительной части российского общества.

Гопникам противостоят другие «классовые» многочисленные субкультуры — хипстеры и яппи, которые «стягивают» молодую интеллигенцию. Хипстеры и яппи относятся к гопникам как минимум с презрением, а гопники к ним — с ненавистью, транслируя, пусть и в искаженном виде, вечный конфликт интеллигенции и «народа».

Отметим, что, несмотря на такой антагонизм, у хипстеров и яппи — с одной стороны, и у гопников — с другой, есть ряд общих черт. Во-первых, они — прямое порождение реформ, создавших благоприятную среду для прагматиков и потребителей, независимо от их социального положения. Во-вторых, и те, и другие сосредоточены на форме, а не на содержании. Чтобы стать уважаемой личностью, ни хипстеру, ни гопнику не нужно прикладывать реальные усилия — достаточно обладать способностями произвести впечатление на окружающих и умело пользоваться «продвинутой» терминологией. Яппи должны из себя что-то представлять прежде всего в деловом плане, однако и они много времени тратят на имиджевую составляющую — на то, какое впечатление они производят. Яппи и хипстеры, как и гопники, демонстрируют высокомерное отношение к тем, кто не относится к их субкультуре. Яппи к тем, кто недостаточно богат и успешен; хипстеры — к тем, кто недостаточно образован и не может похвастаться знанием творчества какого-нибудь модного писателя; гопники — к тем, кто не могут постоять за себя, показать свою «крутость». То

есть во всех случаях это погоня за легкой формой, высокомерие, отсутствие собственного мнения.

рие, отсутствие собственного мнения.

Кроме того, можно отметить и конформизм «классовых» субкультур. Гопники принимают действительность, которая вынуждает быть агрессивным. Против «большого» общества они не бунтуют, а транслируют наиболее удобный стиль поведения в рамках сложившейся социальной ситуации. Яппи и хипстеры тоже не бунтуют, для самовыражения они используют живущие в обществе культурные наработки и не стремятся создать какой-то новый альтернативный проект, который предлагается всему обществу. По сути, а не по форме, они приспосабливаются к существующей реальности.

Такие субкультуры помогают безболезненно интегрироваться в большой социум, но дело в том, что сам этот социум сейчас находится в кризисе. Сверхзадача субкультуры — привнести в большой социум нечто новое, что поможет этот кризис преодолеть. Большая часть субкультур выполняют эту функцию, побуждая своих представителей к творчеству и самостоятельному мышлению. Но гопники, яппи и хипстеры, «классовые» субкультуры, выполняют функцию разделения, но не выполняют функцию новаторства. Склоняясь в сторону конформизма, они транслируют в «большое» общество тот же самый кризис, распад социальных отношений.

### Список литературы

- 1. *Аксютина О.А.* Панк-культура как феномен молодежной контркультуры в постсоветском пространстве // Современные трансформации российской культуры. М.: Наука, 2005.
- 2. *Алексеевский М.Д.* «Возьми трубку и зажги мир» (молодежное сообщество пранкеров в России) // Молодежные субкультуры Москвы. М.: ИЭА РАН, 2009.
- 3. Андреев В.К. Лексикон диггеров как отражение ценностных доминант субкультуры // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные и психолого-педагогические науки. 2009. Вып. 9.
- 4. Антипина А. Социальная психология футбольных болельщиков. http://tatyanabarlas.narod.ru/diplom/Antipina.htm#\_ Toc229200015.
- 5. *Армер Л.А., Ерофеева А.И., Коваленко С.Э., Суслин А.Н.* Молодежные субкультуры Санкт-Петербурга. СПб., 2009.
- 6. *Баркова А.Л.* Толкинисты: пятнадцать лет развития субкультуры // Молодежные субкультуры Москвы. М.: ИЭА РАН, 2009.
- 7. Барсамов С.А. Субкультура граффити: социальная организация и перспектива интеграции // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). Вып. 4. Т. 8. 2008. http://cyberleninka.ru/article/n/subkultura-graffitisotsialnaya-organizatsiya-i-perspektivy-integratsii.
- 8. *Беликов С.В.* Антифа: молодежный экстремизм в России. М.: Алгоритм, 2012.
- 9. *Беликов С.В.* Бритоголовые. Все о скинхедах. М.: Книжный мир, 2011.
- 10. Большакова Е.А. Ваш ребенок неформал: родителям о молодежных субкультурах. М.: Генезис, 2010.
- 11. *Брешин А.А.* Субкультура Straight Edge: жизнь без пороков // Молодежные субкультуры Москвы. М.: ИЭА РАН, 2009.

- 12. Верижников А. Яппи, совки и полу-гопники. Полу-гоп половина среднего класса? http://old.e-xecutive.ru/publications/specialization/newfolder8086/article\_6054.
- 13. *Вершинин М.* Современные молодежные субкультуры: скинхеды. http://psyfactor.org/vershinin3.htm.
- 14. *Вершинин М.* Современные молодежные субкультуры: хакеры. http://psyfactor.org/lib/vershinin4.htm.
- 15. *Вершинин М., Макарова Е.* Современные молодежные субкультуры: рэперы. http://psyfactor.org/rap. htm.
- 16. *Воробьева М.В.* Ролевая субкультура: основные характеристики, специфика, аспекты взаимодействия с городским пространством. http://lb1.textedu.ru/docs/1745/index-9943. html?page=9.
- 17. *Гаврилюк В.В.* Гопники как феномен в молодежной среде // СОЦИС. 2010. № 1.
- 18. *Герасимов Г.И.* Молодежь в зеркале субкультурных практик. Ростов-н/Д.: Антей, 2012.
- 19. *Година А.И.* Взаимодействие субкультуры и культуры (на примере движения индеанистов). http://subculture.narod.ru/texts/book2/godina. htm.
- 20. *Голова Т.* Сквотеры в Санкт-Петербурге: практика захвата и образ жизни // Молодежные движения и субкультуры Санкт-Петербурга. Сб. статей / Под ред. В.В. Костюшева. СПб.: Ин-т социологии РАН, 1999. С. 128.
- 21. Давыдов С.Г., Немудрова Т.А. Опыт сегментирования российской аудитории геймеров // Социология: 4М. 2011. № 32.
- 22. Долгополов А. Дискуссия о сетературе в Рунете. http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=320 &level1=main&level2=articles.
- 23. *Егян Н., Микулина Я.* Нефутбольная «стенка». http://www.newizv.ru/society/2008–11–06/101015-nefutbolnaja-stenka. html.
- 24. *Еременко А., Гусев А.* Российские байкеры: от союзников Кремля до проблемы, подрывающей имидж. http://inosmi.ru/russia/20121118/202320739.html.
- 25. Илле А. Футбольный фанатизм в России: фан-движение и субкультура футбольных фанатов // Молодежные движения и субкультуры Санкт-Петербурга. Сб. статей / Под ред. В.В. Костюшева. СПб.: Ин-т социологии РАН, 1999.
- Ионин Л.Г. Социология культуры. Учебное пособие. М.: Логос, 2000.

- 27. Козлов В. Реальная культура: от альтернативы до эмо. СПб.: Амфора, 2009.
- 28. *Кравчек Д.И*. Кто такие эмо и готы: как родителям понять, куда «вляпался» их ребенок. М., Владимир: АСТ, Владимирская книжная типография, 2010.
- 29. *Куприянов А.*, *Погодин А.* Субкультура ролевого движения. http://www.altruism.ru/sengine.cgi/5/31/2/4?page&print=1%3E.
- 30. *Курбатова Т.Н., Васильева Р.С.* Граффити: субкультура или вандализм? // Психология и право. 2013. № 2.
- 31. *Кучменев А.* Общинное движение индеанистов в России. http://www.first-americans.spb.ru/n2/koi/kuch.htm.
- 32. Латышева Т.В. Молодежные субкультуры: основания типологизации: Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. М., 2010.
- 33. *Легчаков К.* Портрет московского байкера // Мото. Октябрь, 2013.
- 34. *Пучинкина А.А.* Самоорганизация молодежи в советский и постсоветский периоды в протестные молодежные субкультуры: сравнительный анализ // Мониторинг общественного мнения (март-апрель 2013).
- 35. *Малахова Н*. Рокабиллы консервативные бунтари. http://www.novayagazeta.ru/arts/41738.html.
- 36. Макарычев А. Российские яппи и кремлевская дипломатия: цена вопроса. http://eu-russiacentre.ru/our-publications/column/rossijskie-yappi-i-kremlevskaya-diplomatiya-cena-neponimaniya. html.
- 37. *Масленченко С.В.* Субкультура хакеров как порождение информатизации общества: Автореф. дисс. ... канд. культурологии. СПб., 2008.
- 38. *Михайлова Ю.Д.*, *Торчинов Е.А.* Анимэ и манга в современной России. http://mangalectory.ru/articles/ml68.
- 39. Омельченко Е. АНТИФА против ФА. http://polit.ru/article/2010/05/24/antifa/.
- 40. *Панов А.А.* Флешмоб в Москве и в России // Молодежные субкультуры Москвы. Сб. статей. М.: ИЭА РАН, 2009.
- 41. *Писаревская Д.Б.* Ритуализированные практики в субкультуре ролевых игр // Молодежные субкультуры Москвы. Сб. статей. М.: ИЭА РАН, 2009.
- 42. *Прудинник Т.* Форма без содержания: кто такие хипстеры? http://www.interfax.by/article/58480.

- 43. Радченко Д.А. «Падоночество»: социальный феномен и языковая игра // Молодежные субкультуры Москвы. Сб. статей. М.: ИЭА РАН, 2009.
- 44. «Русская «золотая молодежь» будущий правящий класс или клиенты реабилитационных центров? http://www.nr2.ru/moskow/176677.html.
- 45. *Самутина Н*. Великие читательницы: фанфикшн как форма литературного опыта // Социологическое обозрение. 2013. Т. 2. № 3.
- 46. *Саркисян Д*. Субкультуры-fresh: индустриальщики. http://www.chaskor.ru/article/subkultury-fresh\_industrialshchiki\_12874.
- 47. *Саркисян* Д. Субкультуры-fresh: красти. http://www.chaskor.ru/article/subkultury-fresh\_krasti\_11889.
- 48. *Саркисян Д.* Субкультуры-fresh: ньюскул эмо. http://www.chaskor.ru/article/subkultury-fresh\_nyuskul\_emo\_13344.
- 49. *Саркисян* Д. Субкультуры-fresh: олдскул эмо. http://www.chaskor.ru/article/subkultury-fresh\_oldskul\_emo\_12616.
- 50. *Саркисян Д.* Субкультуры-fresh: трейсеры http://www. chaskor. ru/article/subkultury-fresh\_trejsery\_12084.
- 51. *Саркисян Д*. Субкультуры-fresh: фрутс. http://www. chaskor.ru/article/subkultury-fresh\_fruts\_12376.
- 52. *Саркисян* Д. Субкультуры-fresh: фэшн-гоп. http://www. chaskor. ru/article/subkultury-fresh\_feshn-gop\_13637.
- 53. *Саркисян Д.* Субкультуры-fresh: чавы. http://www. chaskor.ru/article/chavy\_14438.
- 54. *Сергеева Е.* Из яппи в экспи. http://www.gazeta.ru/style/2007/07/ a 1957606.shtml.
- 55. Словарь: неформалы от А до Я / Сост. Г.А. Лукс и др. Самара: Офорт, 2009.
- 56. *Смолин А.* Футбольные фанаты: силовая демократия. http://rapsinews.ru/incident\_publication/20101210/251195866.html.
- 57. Собкин В.С., Тян А.А. Самоидентификация футбольных хулиганов в социальном пространстве неформальных групп // Социальная психология и общество. 2012. № 2.
- 58. *Степанцева О.А.* Субкультура геймеров в контексте информационного общества: Автореф. дисс. ... канд. культурологии. СПб., 2007.
- 59. Стивенсон С.А. Ребята с нашего двора // Молодежные субкультуры Москвы. Сб. статей. М.: ИЭА РАН, 2009.

- 60. *Стрюкова Н.* Треш: мусор или красота? http://molodost.in.ua/articles/16/469/.
- 61. *Тарасов А.* Скинхеды в путинской России: новейшие тенденции. http://index.org.ru/journal/22/tarasv22.html.
- 62. *Тарасов А.* Субкультура спортивных фанатов. http://saint-juste.narod.ru/fanats. html.
- 63. Тушкин А. Панк-аскеза. http://www.chaskor.ru/article/pank-askeza 9858.
- 64. Феномен fanfiction в сетевой литературе: «низовая словесность» в сетевых публикациях. Дипломная работа. М., 2008. http://rudocs.exdat.com/docs/index-160131.html.
- 65. Чернышенко В.Ф. Философско-антропологический анализ современных молодежных субкультур. Орел: ФГБОУ ВПО «ОГУ», 2012.
- 66. Чубур А.А. К вопросу о феномене субкультуры фурри // Folkart-net: новые горизонты творчества. Сб. докладов / Сост. А. Каргин, А. Костина. М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2007.
- 67. Шапарь В.Б. Подростки-неформалы: детские шалости или группа риска? Ростов-н/Д.: Феникс, 2012.
- 68. *Шевцов Е.В.* Культура и молодежь: феномен молодежной субкультуры и новые религиозные движения. М.: Институт международных социально-гуманитарных связей, 2004.
- 69. Шевченко Д. Дети из caxapa. http://pda.mn.ru/culture/20111126/ 307790574.html.
- 70. Шнирельман В.А. «Чистильщики московских улиц»: скинхеды, СМИ и общественное мнение. М.: Московское бюро по правам человека, Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН, 2007.
- 71. Ясененко О.Н. Индеанисты в России: кто они? http://www.first-americans.spb.ru/n2/win/yasen. htm.

#### Субкультурные форумы и ЖЖ-сообщества

- 1. http://red-road.forum2x2.ru/
- 2. http://www.ultranoise.ru/e107\_plugins/forum/forum\_stats.php
- 3. http://padonki.org/authors.do
- 4. http://freakportal.ru/forum/0-0-1-35
- 5. http://trashculture.livejournal.com/profile

- 6. http://parkour.org.ru/forum/
- 7. http://tolkien.su/forum/
- 8. http://altworld.ru/forum
- 9. http://bikepost.ru/people/
- 10. http://prankru.net/forum.php
- 11. http://metallist.su/forum/
- 12. http://www.flashmob-forever.ru/index.php?sid=dae0fb41de15676aa94 27584ab2f4394
- 13. http://forum.xakepok.net/
- 14. http://forum.fratria.ru/
- 15. http://forum.pfc-cska.com/
- 16. http://fcdin.com/forum/
- 17. http://www.lokomotiv.info/stat/
- 18. http://zenitbol.ru/forum/0-0-1-35
- 19. http://www.torpedo.ru/gb/memberlist.php
- 20. http://www.cans.ru/forum.php
- 21. http://clubtone.net/forum
- 22. http://emofans.ru/forum/
- 23. http://www.yuptalk.ru/
- 24. http://ficbook.net/
- 25. http://www.rolevik.com/
- 26. http://magori.ucoz.ru/forum/
- 27. http://www.streetracing.by/forum/

#### Субкультурные сообщества в социальных сетях

- 1. http://vk.com/vaanillkaa
- 2. http://vk.com/rastafarian\_clan
- 3. http://vk.com/sxe\_public
- 4. http://vk.com/club1832986
- 5. http://vk.com/goth\_goth\_goth
- 6. http://vk.com/club43978
- 7. http://vk.com/anidub
- 8. http://vk.com/music\_is\_my\_life1234
- 9. http://vk.com/club15377862
- 10. http://vk.com/furrygroup
- 11. http://vk.com/original\_rockabilly

# Молодежные субкультуры в современной России и их социализирующий потенциал

#### Доклады Центра

Выпуск № 11

Доклад подготовлен О.В. Куропаткиной (Зеленовой) Ответственный за выпуск О.А. Середкина Редактор Ю.Е. Мешков Компьютерная верстка В.И. Карпова

Центр проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования

Наш адрес: 107078, Россия, г. Москва, ул. Каланчевская, д. 15, подъезд 1, этаж 5 Тел./факс: (495) 981-57-03, 981-57-04, 981-57-09 E-mail: frpc@cea.ru проблемныйанализ.рф

Отпечатано в типографии ГМЦ 105679, Москва, Измайловское шоссе, 44 Тираж 200 экз. Заказ № 656