

УДК 316.723

Молодежные (пост)субкультуры в контексте становления постмодернистского и информационного общества



Жаркова М.А.

Аспирант кафедры социальной и политической конфликтологии Казанского национального исследовательского технологического университета

Максимова О.А.

Кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, политологии и менеджмента Казанского национального исследовательского технологического университета им. А.Н. Туполева – КАИ



В статье рассматриваются особенности трансформации молодёжных субкультур под воздействием информационных технологий и постмодернистского общества. Обосновывается целесообразность применения постсубкультурного подхода к изучению молодёжных субкультур. В качестве постсубкультурных движений рассмотрены киберпанк и флешмоб. Авторами представлены результаты исследования флешмобов в крупном городе России на примере Казани. Сформулирован вывод, подтверждающий синергетическую бинарность молодёжной постсубкультуры флешмоб как противовесной системы процессу виртуализации молодёжного стиля жизни в условиях постмодернистского и информационного общества.

Ключевые слова: молодёжная (пост)субкультура, постмодернистское общество, информационное общество, постсубкультурный подход, киберпанк, флешмоб.

Молодежные субкультуры явились одним из знаковых феноменов поколенческой динамики XX века. Пройдя пик своего активного развития в 1950-70-е гг., к середине 1980-х гг. субкультуры оказались в ситуации кризиса, превратившись из массовых движений молодежи в локальные сообщества. Данная тенденция во многом связана с развитием постмодернистского и информационного общества. Постмодернистский мир характеризуется широчайшим плюрализмом, альтернативностью, постепенным устранением из всех сфер – будь то политика или экономика, информация или культура – любой универсальной связующей власти. Компиляция, коллаж, комбинация различных элементов – характерные черты постмодернизма. Специфика информационного общества состоит в том, что компьюте-

ризация обеспечивает индивидам широкий доступ к разнообразным источникам информации. Согласно определению Д. Белла, информационное общество характеризует специфику постиндустриальной стадии развития человечества, при которой основой определения социальной структуры становится информация и, в особенности, доступ к ней [1, с. 330].

Подобная постмодернистско-информационная социокультурная ситуация, сложившаяся в экономически развитых странах в последней трети XX в., специфическим образом повлияла и на развитие молодёжных субкультур, трансформировавшихся под воздействием, с одной стороны, высокого уровня развития информационных технологий, с другой стороны, вседозволенности и нигилизма, понимаемых молодежью как плюрализм и свобода выбора

постмодернизма. По мнению западных исследователей, молодежные субкультуры конца XX – начала XXI вв. необходимо исследовать, применяя методологию постмодернизма, поскольку данная методология помогает осмыслить сложившуюся ситуацию в обществе, частью которого является и данный феномен [2, с. 158].

Употребление термина «субкультура» применительно к постмодернистскому дискурсу весьма условно и противоречиво. Субкультура представляет собой систему ценностей, установок, моделей поведения, которая выделяется из доминирующей в обществе культуры и, как правило, противостоит ей. Постмодернизм характеризуется отсутствием доминирующей культуры как таковой. Поэтому постсовременную ситуацию можно описывать как кризис молодежного субкультурного движения в его модернистском толковании. Новая реальность породила совершенно новые способы самовыражения молодежи, характеризующиеся возрастающей степенью индивидуализации, концентрации молодого человека на собственном стиле, а не на групповых солидарностях. Именно поэтому на Западе в конце XX в. начал развиваться постсубкультурный подход в исследовании социокультурной активности молодежи.

Постсубкультурные исследования анализируют соотношение факторов, играющих решающую роль в проведении разграничения между доминантной культурой (мейнстримом) и субкультурами. В постсубкультурных исследованиях важным аспектом является новое понимание пространственного измерения, где учитывается глобализационный контекст, кардинальным образом меняющий привычные понятия [3]. Такая особенность постмодернистского и информационного общества, как стирание пространственно-временных границ, стала характерной и для молодежных постсубкультур. Произошло это в первую очередь, благодаря развитию средств массовой коммуникации и, в особенности компьютерных технологий. Широкое распространение сети Интернет и других глобальных информационных сетей коренным образом изменило соотношение приватной и публичной сфер жизни человека, что, в свою очередь, привело к формированию совершенно новых путей идентификации личности. Мировая компьютерная сеть создала новую реальность общения – виртуальную, обладающую ранее неосуществимыми характеристиками. Общаясь в виртуальной реальности, молодежь получила возможность формировать в частной сфере свой индивидуальный стиль, который во многом предопределен вкусами и стилями извне. Грань между публичной и частной жизнью стерта – находясь у себя дома, человек общается через компьютер со всем миром. Коммуникаторы из разных географических пространств, значительно удаленные физически друг от друга, существуют при этом в едином временном континууме.

Одним из постсубкультурных движений, молодежных стилей жизни, возникших на рубеже 1980-х гг. на Западе, стал киберпанк. Как отмечает В.А. Емелин, в идеологии киберпанка «сплелись различного рода маргинальные интенции с верой в безграничные возможности компьютерной техники в плане реализации индивидуальной свободы» [4]. Центральным для киберпанка стало понятие киберпространства или виртуальной реальности – специфического мира внутри компьютерных сетей. Второй корень термина – «панк» символизирует тот факт, что данный мир создается людьми, находящимися в конфликте с законами: истэблшментом и политическими институтами. Американский киберпанк, по словам признанного идеолога движения Брюса Стерлинга, представляет собой коммуникацию в киберпространстве, «жизнь» в компьютерных сетях и вообще компьютерный стиль во всем. Реклама одного из киберпанковских журналов гласит: «1000% постмодерна! Всё дозволено!» [5, с. 34]. Благодаря постмодернистской коллажности, киберпанк смог объединить контркультурный, нонконформистский заряд, характерный для предшествующих молодежных субкультур модернистской эпохи, с совершенно новыми веяниями.

Киберпанк может рассматриваться как особый стиль жизни, в котором особое место занимает виртуальная реальность. Основная идея киберпанка заключается в том, что в результате развития информационных и виртуальных технологий границы между человеком и машиной безвозвратно размываются. Движение киберпанка отличает крайний индивидуализм и отгороженность его участников от социальных процессов [4].

По мере распространения компьютерных технологий в обществе, они становились все более доступными значительной части населения развитых стран. Сеть Интернет к концу XX в. стала практически повсеместной, что привело к значительному увеличению доли молодежи, общающейся в виртуальной реальности. Виртуальное пространство предполагает перенос коммуникаций в воображаемую плоскость, в которой географическое местоположение, прошлое и будущее людей утрачивают привычные формы и роли. Распространение новой коммуникативной среды вызвало появление таких форм взаимодействия, как форумы, чаты, блоги, online-игры, социальные сети, которые являются полем для формирования любых идентичностей, в том числе молодежных постсубкультур. В настоящее время можно говорить о тенденции переноса социокультурной энергии молодежи в виртуальное пространство.

Согласно постмодернистскому взгляду на общественные явления, синергетическая картина мира бинарна: там, где есть система, там есть и антисистема [6, с. 17]. Следовательно, поскольку существу-

ет тенденция переноса энергии в виртуальность, появится и обратная тенденция. Феномен, который возник в результате данной потребности, – это смартмоб. Термин «смартмоб» (от англ. «smartmob» – «умная толпа») принадлежит американскому социологу Г. Рейнгольду, опубликовавшему в 2002 г. работу «Умная толпа: Новая социальная революция». По словам ученого, данная спонтанная форма социальной самоорганизации людей, возможно, незнакомых друг с другом, но способных согласованно действовать в реальном коммуникативном пространстве, стала возможной благодаря использованию высоких технологий, в том числе Интернета, мобильной связи [7, с. 8].

Особым видом смартмоба, превратившимся в молодежную постсубкультуру, стал флешмоб. Флешмоб – это не технология, а содержательный феномен, который имеет определенные элементы идеологии, ценности и правила.

Нами была построена исследовательская модель, основанная на применении постсубкультурного подхода и социологических методов – интервьюировании участников, организаторов флешмобов, экспертов в молодежной сфере и анализе сайтов флешмобберов в Интернете. Модель помогла разобраться в особенностях феномена, его развития, трансформационных процессов в крупном городе России на примере Казани.

Суть флешмоба состоит в неожиданном появлении группы молодежи в заранее установленном месте и в заданное время. При этом участники акции согласованно совершают определенные действия, как правило, абсурдного характера, а затем быстро расходятся. Обсуждение сценария акции происходит посредством Интернета. При этом основным условием акции является анонимность [8, с. 164]. Важно отметить, что организация флешмоба не имеет четко оформленных целей, но постоянный результат его проведения – вызвать чувство удивления у случайных прохожих. В правилах оговорено, что флешмоб не должен использоваться в политических и рекламных целях, да и вообще в каких-либо целях, кроме как в целях удивления зрителей.

«Субкультура, зародившаяся как "корпоративное" развлечение группы людей, сейчас имеет гипермассовый характер», – отмечал ещё в 2004 г. А. Брешин [9, с. 58]. Флешмоб, на наш взгляд, полностью соответствует характеристике постмодернистской субкультуры информационного общества: в нем имеются протестные настроения к общественному устройству, что всегда было характерно для молодежных субкультур, и организовывается он благодаря широкому доступу к информации посредством виртуального общения. При этом виртуальное коммуникативное пространство – это лишь оптимальный способ организовать участников. Как справедливо отмечает В. Брязкун, «особенность флешмоба

заключается в том, что в виртуальном измерении – это сетевое сообщество, а в реальном – это толпа. Т.е. организация происходит при помощи средств массовой коммуникации, а реализация запланированного – в реальной жизни, на улицах городов» [10].

Сами организаторы и участники флешмобов также отмечают наличие субкультурных элементов во флешмобе. Так, в ходе интервью один из организаторов флешмобов в Казани с 2008 г. по 2011 г. сравнил флешмоб с другими молодежными субкультурами по такому критерию как наличие протеста: «Они все являются противниками обыденного ритма жизни, рутины, нарушают тем самым определённые сложившиеся нормы, но действуют, конечно, при этом в рамках закона».

Опрошенные нами молодые люди выделили следующие общие черты и ценности, характерные для флешмобберов: открытость миру и людям, творческий потенциал, позитивность мышления и восприятия мира, ценность здорового образа жизни, активная деятельная позиция к жизни.

Информант, являющийся участником флешмобов с 2009 г., проводит параллель между субкультурой и флешмобом в том, что флешмоб может «затягивать» людей. Он также отмечает, что: «Для кого-то – это субкультура, кто видит философию в этом. А для кого-то – это всего лишь мероприятие».

Участники последних лет по причине трансформационных процессов во флешмобе в сторону открытого неформального общения между собой мобберов отмечают наличие следующих субкультурных элементов: сплоченность коллектива мобберов, всеобщее равенство и дружелюбие. «Все сдружились друг с другом. Появилось ощущение коллектива, где нет конкуренции, а есть всеобщее единение, работа слаженного механизма», – рассказывает нам моббер-новичок, участница танцевального флешмоба 2012 г.

История флешмобов как постсубкультурной активности молодежи берет свое начало в XXI веке: первый флешмоб был проведен в июне 2002 г. в США, в Нью-Йорке. А затем волна флешмобов прокатилась по всей Америке, Европе и дошла до России уже в сентябре этого же года [8, с. 164]. Как показало наше исследование (интервью с участниками и организаторами первых казанских флешмобов), в 2002 г. флешмобы проводились не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и в Казани.

В Казани флешмобы организовывались до 2003 г. на форуме, название которого не вспомнили участники и организаторы, а в 2003 г. открылся форум «fm.samogon.info», который просуществовал до 2005 г.

В 2006 году возникла социальная сеть «ВКонтакте», где сформировались новые группы мобберов. Первой официальной группой стала группа <http://vk.com/club405998> «Флешмоб в Казани». Однако в настоящее время она уже не активна.

«Для флешмоба виртуальное пространство – это возможность более структурированного общения. При обсуждении сценариев, создается голосование. В реальности сложно добиться такой структурированности, тем более не все могут реально встретиться. В Интернет можно попасть в любое время. Интернет упрощает организацию флешмобов», – рассказывает один из организаторов флешмобов в группе «Флешмоб в Казани».

Последний этап организации флешмоба также проходит в виртуальном коммуникативном пространстве. *«В Интернет-группах в основном обсуждаются флешмобы, впечатления, фотографии выкладываются с флешмоб-акций»*, – рассказывает участница с 2010 г.

Участников также объединяет тот факт, что это люди реальных действий, зачастую негативно относящихся к виртуальному общению как замене реальной жизни, что является одной из ценностей флешмоба. По результатам интервью мы выяснили, что Интернет для жизни молодых людей, которые участвовали во флешмобах, – это лишь удобное дополнение к реальному общению.

Один из информантов, фотограф, участник флешмобов с 2010 г., рассказывает: *«Я – за субкультуры действия. Виртуальные субкультуры могут затягивать до возникновения болезни. В определённый момент человека нужно спасать. Тем более, доступ сейчас всегда есть – появились I-phone и I-pad. Лишь только действие, живой контакт могут развивать человека»*.

Среди информантов оказались и те, кто признает, что раньше был интернет-зависимым. Участие во флешмобе было для кого-то причиной переноса общения в реальное коммуникативное пространство, а для кого-то – следствием.

Участница флешмобов с 2012 г., рассказывает свою историю: *«Виртуальное общение. Я против него. У меня был негативный опыт. Хоть я и общалась виртуально, чувство одиночества не покидало меня... А произошло это после того, как поругалась с лучшей подругой. После этого только сидела в Интернете и переписывалась. И вот подружки меня вытащили. Просто за компанию пошла на репетицию танцевального флешмоба. Я поняла, что перестала уметь общаться. Вот Динка, она всегда знает, что ответить человеку. А я – не всегда. Родители очень рады, что я стала ходить на репетиции танцевального флешмоба, что стала гулять»*. (Отметим, что согласно классическим правилам, флешмоб не может иметь реальных репетиций, а только обсуждение сценария посредством Интернета, однако в последние годы данная норма, как и ряд других принципов флешмобберского движения, поддерживается не столь строго).

Вообще, среди основных мотивов участия во флешмобе наши информанты часто отмечали желание коллективного действия, единения с толпой

не в виртуальном, а в реальном пространстве. Одна из информанток (16 лет, участница флешмобов последних лет), размышляет на эту тему: *«Во время флешмоба – это толпа, которая мыслит также, как и ты. В этот момент можно ощутить, что вы – одна большая команда»*.

К. Нолд, американский социолог, сравнивал флешмоб со способом знакомств [11]. Его работа была написана ещё в 2003 г., когда классические правила анонимности еще строго соблюдались во флешмобах. Хотя неформальное общение, как и соответствующие мотивы участия среди мобберов всегда существовали, что доказывает анализ результатов нашего интервьюирования и анализа сайтов групп мобберов Казани, среди участников последних лет данный мотив выходит на одно из первых мест.

Один из опрошенных нами экспертов, казанский социолог А. Райхштат, в ходе интервью высказал предположение, что поиск новых знакомств в качестве мотива участия – это лишь «вершина айсберга». Он считает, что то, что «скрыто под водой» – опять-таки желание коллективного действия, самоидентификации.

Организатор флешмобов в Казани последних трех лет таким образом объясняет существование данного мотива: *«В виртуальном пространстве легко найти людей, но одинаково мыслящих сложно. Общие действия, социальные действия помогают собираться людям, объединяться таким одинаково мыслящим людям»*.

«Флешмоб позитивно влияет на людей, они становятся добрее. Люди перестают думать только о себе. Ощущение коллектива даёт ощущение добра, – объясняет механизм данной потребности еще один организатор флешмобов, – у меня было всё плохо в жизни, много было проблем.захотел почувствовать больше позитива, быть кому-то нужным, почувствовать частью чего-то». О том, что флешмоб, благодаря коллективным действиям в реальном пространстве, влияет на участников положительно, было отмечено в интервью многими участниками последних лет.

По результатам исследования мы выяснили, что классические флешмобы за последние несколько лет практически перестали проводиться в Казани. Под «маской» флешмобов в настоящее время проводятся коммерческие мероприятия, социальные акции, игровые мероприятия и т.д.

По нашему мнению, одной из причин «вырождения» данного феномена в его первоначальной форме послужило повсеместное распространение социальных сетей, где, как правило, участники выступают под своими собственными именами и биографией, и связанная с этим тенденция трансформации мотивов участия во флешмобе в сторону поиска знакомств, а, следовательно, открытого нарушения инкогнитости и анонимности флешмобберов.

Механизм этого процесса объяснил нам организатор первых флешмобов в Казани: «Флешмоб связан с адреналином. А адреналин выделяется из-за того, что ты не знаешь участвующих, а ты с ними одновременно что-то делаешь. В социальных сетях ты видишь всю информацию о человеке: ФИО, фото, кто он, где учится, работает. А раньше ты видел на форуме картинку и ник... мог спорить на равных ребёнок со взрослым человеком. Тем был интересен Интернет ранее. А сейчас взрослый человек видит, что с ним общается двенадцатилетний школьник, может серьёзно его слова не воспринимать. Может, поэтому интерес к флешмобам пропадает постепенно».

В результате исследования нами было выяснено, что флешмобы в Казани несколько раз проходили стадию активизации и затухания. Согласно нашим данным, таких волн было пять, начиная с 2003 г. (до этого мероприятия проводились, но в основном оказывались неуспешными из-за слишком малого количества участников), жизненный цикл каждой волны длился около года. Сила, противостоящая виртуализации общества, и вытекающая из нее потребность людей в активных действиях, согласно постмодернистскому подходу, не исчезнут. Поэтому мы полагаем, что данный феномен будет постоянно возрождаться в крупном российском городе, хотя и в трансформированном виде, в том числе и в рамках политических акций, что подтвердили события 2011-2012 гг.

В целом специфика постмодернистского и информационного общества обуславливает тенденцию обесмысливания молодежных субкультур в классическом понимании данного феномена, в сторону поиска временных развлечений, временного самовыражения, ситуативной эмоциональной разрядки для молодых людей. Наше исследование подтвердило синергетическую бинарность молодежных постсубкультур XXI века: флешмоб – это противовесная система процессу виртуализации постмодернистского и информационного общества.

Литература:

1. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П.С. Гуревича. М., 1988. – 330 с.
2. Muggleton D. Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style. – Oxford: Berg, – 2000. – 198 с.
3. Иванов С.В. Хип-хоп в контексте современных постсубкультур // Полигнозис. – 2011. – № 3-4(42). – URL: <http://www.polygnosis.ru/default.asp?num=6&num2=578> (дата обращения 25.08.2012).
4. Емелин В.А. Глобальная сеть и киберкультура. – URL: <http://emeline.narod.ru/cyberpunk.htm> (дата обращения 28.08.2012).
5. Молодежные субкультуры / Исламшина Т.Г., Максимова О.А., Салагаев А.Л., Сергеев С.А., Хамзина Г.Р., Цейтлин Р.С. – Казань: Изд-во Казан. гос. технол. ун-та, 1997. – 116 с.
6. Добренков В.И., Кравченко А.И. Фундаментальная социология: В 15 т. Т. VI: Социальные деформации. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 1074 с.
7. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Пер. с англ. А. Гарькавого. – М.: Фаир-Пресс, 2006. – 416 с.
8. Максимова О.А. Новые молодежные субкультуры XXI века: движение «флэшмоб» // Реализация государственной молодежной политики: региональный опыт: Материалы Всерос. науч.-практ. конф., г. Казань, 25-26 ноября 2004 г. – Казань: РУМЦ, – 2006. – С. 163-164.
9. Брешин А. Современная субкультура флешмоб как структурное образование системного мира человеческих отношений // Социальная политика и социология. – 2004. – № 2. – С. 58-69.
10. Брязкун В. Структура флешмоба // Научно-популярный журнал для юнацтва: Країназнаць, ВМГО «Союз обдарованої молоді». – URL: <http://som.org.ua/k234411.html> (дата обращения 28.08.2012).
11. Nold Ch. LegibleMob, 2003. – URL: <http://www.softhook.com/legible.htm> (дата обращения 29.08.2012).

Youth (Post) Subcultures in the Context of Formation of Postmodernist and Information-Oriented Society

M. Zharkova

Kazan National Research Technological University

O. Maksimova

Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev

The paper deals with transformation of youth subcultures under the influence of information technologies and postmodernist society. The authors prove practicability of post-subcultural approach to analysis of youth subcultures. Cyberpunk and flash mob are viewed as post-subcultural movements. The paper presents the results of research of flash mobs in big cities of Russia as exemplified by Kazan. The authors come to the conclusion about synergetic binary character of youth post-subculture flash mob as an opposition to the process of virtualization of youth's life style in postmodernist and information-oriented society.

Key words: youth post-subculture, postmodernist society, information-oriented society, post-subcultural approach, cyberpunk, flash mob.