

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



**МОЛОДЕЖЬ НАШЕГО ГОРОДА:
СУБКУЛЬТУРЫ, ДВИЖЕНИЯ,
ИДЕОЛОГИИ, ПРАКТИКИ**

Социологический путеводитель

Москва
Народное образование
2025

УДК 316.346.32-053.6

ББК 60.542.15

М754

Авторский коллектив:

Хагуров Т.А., Волченко Н.Н., Ерок А.Д., Иванова М.С., Олифир И.А., Рощина Н.М., Студеникина Е.С., Усова Л.В., Чепелева А.А., Бойченко С.А., Бувич Н.Д., Власко А.А., Еремеева А.А., Железняк С.М., Затолокина В.А., Калалва С.А., Лабутина А.В., Лагунова В.С., Моргун А.А., Панчухина А.С., Фадеева М.М., Хачатурова О.С., Хромых К.С.

Рецензенты:

М.Е. Позднякова, кандидат философских наук,
зав. сектором исследований девиантного поведения
Института социологии ФНИСЦ РАН

С.А. Ляужева, доктор философских наук, профессор,
профессор кафедры философии и социологии, советник ректора по соци-
ально-гуманитарным наукам и диссертационным советам
Адыгейского государственного университета

М 754 Молодежь нашего города: субкультуры, движения, идеологии и практики (социологический путеводитель): коллективная монография / Под науч. и общ. ред. Т.А. Хагурова. М.: «Народное образование», 2025. 197 с.

ISBN 978-5-87953-754-3

Коллективная монография ученых Кубанского государственного университета посвящена подростково-молодежным субкультурам и движениям. Авторы рассматривают социальные, психологические и культурные причины возникновения и распространения популярных субкультурных движений и практик, анализируют их содержание, прослеживают их взаимосвязь с особыми формами визуального самовыражения – граффити. Адресуется социологам, психологам, криминологам, педагогам, специалистам по работе с молодёжью и всем, интересующимся проблемами девиантного поведения подростков и молодёжи.

УДК 316.346.32-053.6

ББК 60.542.15

ISBN 978-5-87953-754-3

© Издательский дом «Народное образование», 2025

© Кубанский государственный университет, 2025

© Коллектив авторов, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Глава 1. Молодежные субкультуры в зеркале социологии (попытка понимающей аналитики)	8
Молодежные субкультуры: история возникновения и культурно-психологическое содержание	8
От кризиса детства к кризису взрослости: социально-психологические причины притягательности субкультур для молодежи.....	13
Кризис семьи и культурно-психологическая деконструкция мужественности и женственности.....	20
Социализация мальчиков и девочек: культурные и субкультурные тренды и их последствия.....	24
Глава 2. «Знакомые незнакомцы»: социологические эскизы субкультурных сообществ и практик	37
2.1 Агрессивные и криминальные субкультуры	37
АУЕ	37
Скинхеды	44
Колумбайн или скулшутеры	52
Околофутбольные субкультуры	60
Футбольные хулиганы. Ультрас	60
Оффники	69
2.2 Эмоционально-центрированные субкультуры	71
Аниме	71
Няшки	74
Альтушки.....	75
Аутоагрессия в стиле техно: «дрейнеры».....	76
2.3 Музыкальные и масс-культовые субкультуры	80
Кейпоперы	80
Панки	84
2.4 Спортивные и приключенческие субкультуры	88
Скейт-парковая субкультура	88
2.5 Субкультуры романтической дерутинизации	93

Джедаизм	93
Ролевики	98
2.6 Субкультуры эскапизма и социальной виртуализации	100
Хикикомори	100
Виртовские	105
Глава 3. Молодежные идеологии и движения	108
Нью эйдж	108
Поп-психология	118
ЗОЖ и бьютти-движения	121
Бодипозитив	125
VSCO girl	126
Винишко-тян	127
Феминизм	129
Чайлдфри	133
Глава 4. Граффити: феномен визуальной коммуникации в урбанизированном пространстве	141
Заключение	146
Рекомендованная литература	149
Библиография	151
Сведения об авторах	158
Приложение 1 Примеры графических символов различных субкультур и движений.....	160
Приложение 2 Примеры граффити г. Краснодара	185

ПРЕДИСЛОВИЕ

(ОНО ЖЕ – ВВЕДЕНИЕ)

Эта книга появилась на свет случайно. Всё началось с граффити. Точнее – с попытки его (граффити) как-то описать и систематизировать. Кому из студентов или преподавателей кафедры социологии это первому пришло в голову уже никто не помнит, однако идея вызвала энтузиазм. В результате весной 2024 года запустился, на общественных началах, интересный социологический проект «Графический Краснодар»: попытка зафиксировать, районировать и проанализировать граффити на улицах нашего города. Основную полевую силу составили студенты 1-го и 3-го на тот момент курсов, которые буквально завалили нас и друг-друга фотографиями граффити из разных районов города. Выяснилось, что графический Краснодар весьма разнообразен: наряду с эмоциональными формами визуального самовыражения (от старинного жанра «трех букв» до современных, малопонятных для взрослых форм), на улицах города можно увидеть политические граффити, муралы (картины), манифестации различных субкультур, коммуникации наркоманов и много чего ещё.

Субкультурные граффити нас заинтересовали особенно, что привело к попытке эти субкультуры выявить и описать. Здесь мы стали терять первоначальную идею и с улиц города переместились на просторы Интернета, погрузились в запутанный мир сетевых сообществ, потом вернулись к материалам исследований прежних лет и от них к «живым» (в смысле существующим в реальном мире) представителям субкультур.

В процессе этого увлекательного и отчасти сумбурного интеллектуального приключения (а именно такие приключения и составляют главную суть и прелесть социологии) мы переоткрыли для себя много интересного. Далекое не всё из этого вошло в книгу.

Мир молодежных субкультур достаточно динамичен и подвержен изменениям. Некоторые, многократно описанные исследователями и вроде бы хорошо знакомые социологам

субкультуры (вроде хрестоматийных Эмо и готов) фактически исчезли с общественной сцены. Это дало нам повод оставить их «за кадром» до более удобного случая. Например, когда у нас возникнет идея (а она уже возникла), представить читателям более фундаментальное исследование истории и современности молодежных субкультур, идеологий и движений. Некоторые субкультуры, ярко «прогремевшие» в медийном пространстве, в последствии оказались не более, чем «фейком» (вроде нашумевшего пару лет назад «ЧВК «Рёдан»). А обсуждением вопросов, кем и с какой целью этот фейк мог быть запущен, увело бы нас далеко в сторону от главной темы нашей книги. Другие, например, пресловутые «квадроберы» только появились и пока сложно сказать, что именно они собой представляют: субкультуру, странную моду, движение или что-то другое. С другой стороны, некоторые религиозные движения в духе «оккультного возрождения», фактически повторяют контр-культурные опыты 50-летней давности, активно присутствуя в нашей современности.

Далеко не все явления и процессы в мире молодежной культуры, моды, жизненных практик и популярных личностных стратегий могут быть описаны в терминах субкультур. Существенная часть из них может быть отнесена, скорее к движениям, практикам или идеологиям, адепты которых далеко не всегда внешне отличаются от «обычной» молодежи, будучи в то же время носителями подчас весьма специфических убеждений и поведенческих стратегий.

Перечисленные и иные сложности, неизбежно возникающие у исследователей, пытающихся описать и систематизировать культурный мир молодежи, привели нас к проблеме классификации субкультур и движений. Для многих потенциальных читателей книги, не относящихся к разряду специалистов-социологов (включая педагогов, специалистов по работе с молодежью, психологов и т.д.), вопрос о том, как в общем можно классифицировать всё многообразие субкультур, идеологий и движений представляет насущный практический интерес.

В процессе проведения проблемных семинаров, предшествовавших работе над окончательным текстом книги, мы обсуждали разные подходы к возможной классификации. Некоторые выглядели многообещающими: например, идея использовать систему количественных оценок для определения степени общественной опасности, организованности и эмоциональной направленности различных субкультур и движений. Однако, на данном этапе мы отказались от сложных систем и предложили читателю упрощенную версию, которая легла в основу оглавления нашей книги.

По своему эмоциональному и смысловому содержанию молодежные субкультуры фокусируются вокруг нескольких основных сюжетов: агрессия и насилие, эмоции и переживания, музыка и поп-культура, различные формы социального эскапизма и ухода от реальности. Всё это в той или иной степени может сопрягаться с идеологией протеста и провокации. На этих принципах и была построена наша (отчасти, конечно, субъективная) классификация субкультур. Классификация идеологий и движений представляется несколько более сложной, в силу их взаимовлияния и многочисленных смысловых параллелей между различными их видами. Поэтому в данном издании мы просто перечислили некоторые, наиболее популярные их разновидности.

Мы отдаём себе отчет в существенной неполноте предлагаемого читателю путеводителя. Для коллектива кафедры (и примкнувших к ней единомышленников) это был интересный и важный опыт совместной работы преподавателей и студентов. Ключевая идея заключалась в том, чтобы совместить в одной книге описание и аналитику и вместе с тем сделать её полезной и доступной не только для социологов, но для всех, кто интересуется проблемами современной молодежи. Насколько у нас это получилось – судить читателю.

*Темыр Хагуров,
кафедра социологии КубГУ,
декабрь 2024 года*

ГЛАВА 1. МОЛОДЕЖНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ В ЗЕРКАЛЕ СОЦИОЛОГИИ

(попытка понимающей аналитики)*

...те же, кто хотел бы стать честными или чистыми (а Враг им помог бы), сдерживают себя, чтобы не отличаться от других, не выделяться, не выстав- ляться, не выпендриваться. Неровен час, станешь личностью. Какой ужас! Прекрасно выразила это одна молодая особа, взывавшая недавно к Врагу: «По- моги мне стать нормальной и современной!» Нашими стараниями это значит: «Помоги мне стать потаскухой, потребительницей и дурой!»

К.С. Льюис «Баламут поднимает тост»

МОЛОДЕЖНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ: ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И КУЛЬТУРНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Молодежные субкультуры – явление по историческим меркам новое. Их появление и распространение относится к 50-60-м гг. прошлого века. Именно тогда, сначала на Западе, а потом и в нашей стране, стали появляться обособленные группы молодежи, отличающиеся от остальных сверстников стилем одежды, специфическим языком (сленгом), особыми нормами поведения, символикой и идеологией (часто выража- емой через музыку и/или литературу, кинематограф).

Как отмечает отечественный исследователь феномена субкультур В.А. Луков:

«Их появление было обусловлено развитием западной цивилизации, в частности, увеличением длительности социализации перед вступлением во взрослую жизнь (что привело к появлению у молодых свободного времени) и ростом благосостояния (что привело к появлению у них же денег, которые можно тратить на себя)¹».

* Автор раздела: Хагуров Т.А.

¹ Луков В.А. Молодежные субкультуры в современной России // Гуманитарное зна- ние в XXI веке Гуманитарное знание: тенденции развития в XXI веке: В честь 70- летия Игоря Михайловича Ильинского / под общ. ред. Вал. А. Лукова. М.: Изд-во Нац. ин-та бизнеса, 2006. С. 478.

Сказанное совершенно справедливо. Однако, важно понимать, что наряду с социально-экономическими факторами развития западного (а чуть позже и советского) общества, связанными с перечисленными объективными тенденциями, существовали и другие – «мягкие» факторы, обусловленные сложными процессами внутри самой культуры.

О каких факторах идёт речь?

Во-первых, это утверждение **массовой культуры**, опирающейся на новые средства культурного производства (радио, индустрию кино, музыки, массовой печати и т.п.) *в качестве доминирующей*. Это произошло в первой половине XX века: фильмы, шлягеры, реклама, журналы, бестселлеры, комиксы, радиопередачи и другие продукты массовой коммерческой культуры заняли доминирующие позиции в культурном пространстве западного индустриального общества в период 1920-х – 1940-х гг.

«Высокая» культура (сложная музыка, живопись, кино и литература и пр.) стала уделом рафинированных интеллектуалов и приобрела статус «культуры для избранных». В этом, кстати, принципиальное отличие от советской культуры этого периода, которая наряду с массовыми формами искусства настойчиво продвигала в общество высокие образцы классической музыки, литературы, воспитательного (а не развлекательного) кино и т.п.

«Массовость» культуры своим неизбежным следствием имела *снижение художественного уровня* произведений, общую ориентацию на «развлекательность». Однако до середины XX века массовая культура, в целом, не противоречила традиционным ценностям и нормам и не противопоставляла какую-либо часть общества другой (например, молодежь – старшему поколению).

В этот период (становление массового индустриального общества 1930-1940-х гг.) вряд ли можно говорить о существовании каких-либо ясно сформированных субкультур. Существуют модные течения, формируются протосубкультуры (на основе увлечений) и не более того. Единственная устойчивая

субкультура, существующая еще в доиндустриальном обществе – это криминальная, являющаяся по сути контркультурой¹.

Именно поэтому изучением субкультур сначала занялись криминологи, сформулировавшие основы субкультурной теории: Т. Селлин «Конфликт культур и преступность» (1938 г.) и А. Коэн «Мальчики-правонарушители: субкультура банды» (1955 г.).

Затем, в период 1950-х – 1960-х гг. на Западе происходит достаточно быстрая трансформация самой массовой культуры. Точнее происходит достаточно странное (т.е. трудно объяснимое «естественными причинами») превращение массовой культуры в массовую *контркультуру*, сделавшую своей основной мишенью молодежь и противопоставляющую её «отсталому» старшему поколению.

Среди множества факторов, которые способствовали этой трансформации, исследователи выделяют 4 основных:

«Началу эпохи массовой контркультуры предшествовал переходный период, длившийся с конца 1940-х примерно до конца 1950-х годов. Контркультура в течение этого десятилетия формировалась на стыке четырех наиболее важных факторов:

1. первых залпов сексуальной революции;
2. движения битников – предтеч хиппи;
3. целенаправленного экспериментирования с галлюциногенными и другими наркотиками;

¹ Контркультура не просто *отличается* от доминирующей культуры внешними признаками (стилем одежды, музыкальных предпочтений, языком и т.п.), она *противостоит* ей своей системой ценностей и норм, образом жизни носителей. На примере криминальной субкультуры: 1) в системе ценностей происходит деление людей на высших («право имеющих», «волков», «блатных») и низших («тварей дрожащих», «овец», «лохов»); 2) одобряются модели поведения, строго осуждаемые в обществе (преступления, половая распущенность, проституция, тунеядство, пьянство); 3) формируется «альтернативный» образ жизни «блатного», «вора» и т.п.; 4) используется непонятный для непосвященных язык («феня», «арго»), жестикуляция, стиль одежды.

4. распространения восточных религиозно-философских учений и практик (дзен-буддизма, йоги, кришнаизма, трансцендентальной медитации) в адаптированных для Запада версиях»¹.

Все перечисленное сформировало первую массовую западную (суб)контр-культуру – **хиппи** (1960-1970-е гг.), с их характерными атрибутами: новой музыкой (Битлз, Роллинг Стоунз и др.), свободной одеждой, длинными волосами, сексуальной свободой, нью-эйджевской «духовностью», наркотиками и асоциальным стилем жизни, сочетающим инфантильный эгоизм, отказ от семьи и устойчивой работы, поиск удовольствий и «переживаний». Всё это вызвало бурный энтузиазм молодежи 1960-х – «сытого поколения» избалованных детей, «бэбби-бумеров» – первого массового поколения, получившего возможность сделать досуг своим основным занятием.

Таким образом, у истоков появления молодежных субкультур в середине второй половины XX века стояло две группы причин: «объективные» (социально-экономические) и «субъективные» (культурно-психологические). Первые связаны с ростом благосостояния широких групп населения, появлением избытков свободного времени и индустрией массовой культуры, требующей широкого рынка сбыта своей продукции. Вторые, во-первых, с активным вторжением в массовую культуру (как показывают серьезные исследования не без влияния политики²) табуированных ранее тем сексуальной свободы, отказа от базовых социальных ролей (семейных и профессиональных), наркотиков и нетрадиционной «духовности», гедонизма (стремления к удовольствиям), как базовой жизненной философии. Во-вторых, к психологическим причинам нужно отнести разрушение традиционных моделей дет-

¹ Комов С., Лобанов И., Канунников В., Зиверт Т. Троянский конь культурной свободы. Часть XI. Кто и зачем запускал сексуальную революцию? // Газета «Суть времени» № 472 / 10 марта 2022. URL: <https://rossaprimavera.ru/article/41ecf006>

² См. напр.: цикл статей «Троянский конь культурной свободы» в газете «Суть времени» №№ 439-554, 2021-2023. URL: <https://rossaprimavera.ru/feed/troyanskiy-konkulturnoy-svobody>

ско-родительских отношений и эрозию религиозных ценностей, ставших одной из причин «молодежного бунта» 1960-х – бунта избалованных детей против «косного» и «скучного» мира родителей.

В нашей стране появление молодежных субкультур носило (и продолжает носить), как правило, подражательный характер. Первая молодежная субкультура в СССР – *стиляги*¹ – возникла еще в конце сороковых годов. Представители этой субкультуры подчеркнуто отличались своим внешним обликом и поведением от остальной советской молодежи. Они ярко и вызывающе одевались, предпочитая импортную одежду, подчеркнуто равнодушно относились к политике, с восторгом относились к западному образу жизни (воспринимаемому через кино, музыку, журналы и т.п.), демонстрировали пренебрежение к принятым в советском обществе моральным нормам и дисциплине поведения, общались на собственном сленге. Важное место в их самоидентификации и досуге занимала западная музыка: джаз и зарубежные танцы, особенно буги-вуги, позже – рокабилли и рок-н-ролл. Отсюда популярный критический лозунг официальной идеологии тех лет в адрес стиляг: «Сегодня он танцует джаз, а завтра Родину продаст». При всей примитивности и «кондовости» этого лозунга, его содержание оказалось не так уж и далеко от истины...

Итак, стиляги (как и практически всё, что последовало за ними) были именно подражательной субкультурой. У них существовал западный аналог – британская субкультура «тедди» 1950-х годов, демонстрирующая аналогичные модели поведения. Однако между ними имелось одно принципиальное различие. «Тедди» были выходцами из социальных низов, главным образом, рабочего класса, получившего в послевоенные годы некоторые возможности в части повышения своего материального уровня. Главным психологическим механизмом

¹ Это название впервые появляется в критической статье в журнале «Крокодил» от 10 марта 1949 года, посвященной этому явлению.

этой субкультуры было стремление социально «приподняться» – хотя бы символически – через подражание высшим слоям британского общества.

Стиляги же, напротив, были в массе своей выходцами из привилегированных слоёв советской элиты, партийных и номенклатурных работников, этакой «золотой молодежью». Как пишут исследователи: «Они тоже стремились «приподняться», в данном случае над «серой» массой, а объектом их подражания была «заграница». Эта коренная разница затем воспроизводилась во многих возникших позже контркультурных течениях. На Западе зачинатель – низовая молодежь, в СССР – привилегированная»¹.

ОТ КРИЗИСА ДЕТСТВА К КРИЗИСУ ВЗРОСЛОСТИ: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЧИНЫ ПРИТЯГАТЕЛЬНОСТИ СУБКУЛЬТУР ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

Тезис о том, что корни взрослых проблем следует искать в детском возрасте, давно стал трюизмом в социологии и психологии молодежи. Темы нормального и девиантного детства мы неоднократно касались в ряде публикаций прошлых лет², и некоторые из идей, изложенных в них, могут пригодиться при обсуждении вопроса о глубинных причинах притягательности субкультур для молодежи.

¹ *Комов С., Лобанов И., Канунников В., Зиверт Т.* Троянский конь культурной свободы. Часть XVI. «Неформальные» порывы к Западу // Газета «Суть времени» № 551 / 18 сентября 2023. URL: <https://rossaprimavera.ru/feed/troyanskiy-kon-kulturnoy-svobody>

² См. *Хагуров Т.А.* В поисках утраченного детства // На краю пропасти. Девиантологические этюды об образовании, культуре и политике. Краснодар: Парабеллум, 2015. С. 82-116; *Хагуров Т.А.* Разрушение детства как предпосылка экстремизации сознания молодежи // Социальная педагогика. 2016. № 3. С. 51-61.

Главная мысль этих публикаций заключалась в том, что детство – это не просто возраст или период жизни человека, но еще и социокультурное явление. Существует очень тонкая и специфичная *культура детства*, особым образом вписанная в культуру того или иного общества. Её основу составляют пять ключевых элементов, пять базовых принципов: *отношения с родителями, детское целомудрие и чистота, детские сказки и повести (включая мультики и фильмы), игры и игрушки*. Дабы не повторять дословно всё написанное на этот счет ранее, скажем лишь, что главная задача детства – научить ребёнка различать Добро и Зло и дать ему опыт взаимодействия с миром на основе Любви. Подчеркнём – речь не идет об отвлеченном прекраснодушном морализаторстве, наподобие умильных сюжетов из блогов по популярной психологии. Речь идёт о вещах вполне конкретных и очень важных. Маленький ребенок очень физиологичное существо. Познание добра для него начинается с телесного и эмоционального контакта с матерью, ощущения материнского тепла. Не вполне правильным будет сводить это исключительно к удовольствию, как любят делать вульгарные фрейдисты. Здесь нечто большее, то, что может быть выражено именно понятиями «добро» и «любовь», их ощущением.

Если материнская любовь для ребенка – это опыт познания добра, то познание зла начинается с ощущения различных видов дискомфорта, опыта страдания. Со временем, разумеется, если взросление протекает нормально, ребенок учится различать «полезный дискомфорт» (например, усилия на тренировке) и настоящие страдания. Очень рано (опять-таки, если всё идет нормально) познание мира (а также Добра и Зла, существующих в нём) переводится на уровень второй сигнальной системы – слова. Через песенки, стишки и (особенно!) сказки происходит переход от ощущений к смыслообразам и понятиям. Они, в свою очередь, начинают соотноситься с опытом предметного освоения мира через игрушки и игры. При этом и предметное, и вербальное освоение мира происходит

под опекой и при поддержке любящего взрослого, помогающего ребенку, ведущего его за собой.

Итак, главный опыт, который ребенок должен получить – это опыт различения Добра и Зла и взаимодействия с миром на основе Любви. Наличие в жизни ребенка любимых людей, любимых игрушек, любимых игр, любимых книжек и героев сказок создаёт духовную, эмоциональную и интеллектуальную базу формирования исключительно важных для полноценной социализации¹ качеств, таких как человеколюбие и эмпатия, трудолюбие, любознательность². Формируется то, что условно можно назвать «экзистенциальной компетентностью». Это то, что позволит ему в будущем строить гармоничные отношения миром, то, что превращает половых партнеров и потомство от них в Семью, профессию – в Призвание, территорию проживания – в Родину. Наконец, способность к различению Добра и Зла создает необходимые предпосылки для формирования важнейшего качества нормального взрослого человека – *субъектности*, т.е. способности к самостоятельному мироориентированию и целеполаганию. Вне этой способности целеполагание будет носить либо *реактивный* (опирающийся на систему желаний и низших потребностей), либо *манипулятивный* (заданный извне) характер.

Очевидно, что культурно-психологические процессы, создавшие почву для появления многочисленных молодежных субкультур во второй половине XX века (см. выше), носят разрушительный для нормальной социализации характер.

Эти процессы в наших прошлых публикациях получили образное название «войны с детством». Они приводят к появлению новой социокультурной реальности – *инверсивного*

¹ Подробнее о полноценной социализации см.: Риски взросления в современной России: концепции и факты. Опыт социологического анализа / Т.А. Хагуров, А.А. Остапенко, А.П. Резник, Е.А. Войнова, М.Е. Позднякова, А.А. Щипкова, Л.Н. Рыбакова, Н.Е. Хагурова; под науч. ред. Т.А. Хагурова. М.: Институт социологии РАН; Краснодар: Кубанский гос. ун-т, Парабеллум, 2013. 276 с.

² См.: Остапенко А.А., Шувалов А.В. Путь к полноте образования человека: от законничества через благодатность ко спасению // Живая вода. научный альманах. Сер. «Православие. Педагогика. Психология» ГАОУ ДПО «Калужский государственный институт модернизации образования». Калуга, 2012. С. 63-75.

детства, в котором практически все структурные элементы нормального детства наполняются противоположным содержанием – выворачиваются наизнанку.

Подробное обсуждение вопросов о структуре и содержании инверсивного детства требует отдельного разговора. Сейчас скажем лишь, что главными результатами инверсии детства становится утрата Любви и Смысла. Это опять-таки не прекраснодушная лирика. Вместо нормального опыта любви (требующей достаточно длительных совместных, *событийных* переживаний ребёнка и взрослого) ребенок получает либо её суррогаты (в форме удовольствий, излишней свободы, избалованности и т.п.), либо не получает совсем. Отсутствие любви в детско-родительских отношениях приводит к *эмоционально-смысловой депривации*, которая имеет два типа последствий, влияющих на процессы взросления личности.

Первое – это стремление к *замещающей компенсации*, когда недополученную любовь ребенок пытается получить в группе сверстников, через их признание и одобрение. Отсюда особая ценность подросткового «мужского братства» в агрессивных и криминальных субкультурах. Или ценность эмоциональной близости в субкультурах «Эмо» и «Альтов». Это нашло своё отражение и в классических «воровских понятиях», согласно которым криминальная общность является «семьей». В силу действия естественных социально-психологических механизмов дети, выросшие в условиях эмоционально-смысловой депривации, пытаются выстроить компенсирующие связи в группе. Причем глубина, а значит и эмоциональная ценность этих связей будет выше в группах, сплоченных совместными интенсивными переживаниями.

Как следствие, стихийные подростковые коллективы (дворовые компании) и подростково-молодежные субкультуры зачастую пытаются не(или, полу-)осознанно приобрести опыт *совместных экстремальных (эмоционально-насыщенных) переживаний*. Источниками такого опыта могут быть разные формы поведения: от совершения или имитации криминальных деяний до экстремального спорта, употребления

наркотиков и алкоголя, фанатских «забивов» или коллективного выплеска эмоций на рок-концертах.

Другими словами, *основные средства повышения градуса эмоций в подростковых стихийных коллективах и/или молодежных субкультурах носят, как правило, девиантный характер*: практики агрессии и насилия, употребление алкоголя и наркотиков, совместное прослушивание эмоционально-заряженной (агрессивной или, наоборот, депрессивной, «психоделической» музыки). Эти средства, иногда используемые по отдельности, иногда – вместе, неявной целью (помимо мотивации удовольствия) имеют стремление обрести связи первичного типа за счёт интенсивных совместных переживаний.

Второе следствие инверсивного детства – это стремление к *патологической (перверсивной) компенсации* экзистенциально-эмоционального вакуума, разворачивающейся в эмоциональном диапазоне «агрессия – депрессия».

Одним из следствий недостатка любви (как при наличии травматического опыта – различных видов насилия, так и в результате избалованности) является снижение способности к эмпатии, сопереживанию страданиям других. В этом случае вероятным становится формирование садистского типа характера (по Э. Фромму)¹, стремящегося компенсировать собственную внутреннюю пустоту и неполноценность насилием и жестокостью по отношению к более слабым. Именно в этом патологическом типе компенсации следует искать причины внезапных и шокирующих вспышек жестокости в подростковой среде, периодически мелькающих в СМИ.

Этот психологический механизм находят своё оправдание в системе «понятий» *агрессивных субкультур* (АУЕ, «оффники», «скинхеды» и т.п.). При этом активно используются ресурсы вербального социального конструирования. Жертва дегуманизируется: на неё наклеивается ярлык «лоха», используются конструкты типа «лох – это судьба». В результате, вызывающее естественное отторжение деяние – обмануть и/или

¹ См.: Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности: Перевод / Авт. вступ. ст. П.С. Гуревич. М.: Республика, 1994. 447 с.

избить (ограбить и т.п.) доверчивого и беззащитного человека, меняется на вполне приемлемую практику «развести» или «прессануть» «лоха». Этим уже можно бравировать, подчеркивая свою «крутость» и превосходство над жертвой.

Другой полюс патологической компенсации связан с *депрессивными* эмоциональными состояниями, культивируемыми в некоторых молодежных субкультурах (первоначально «эмо», «готы», затем «альтушки», «дрейнеры») посредством соответствующей музыки, идеологии, кино и мультфильмов. Не вдаваясь в глубинную психологию, скажем, что депрессивные эмоциональные состояния как правило связаны с *аутоагрессией* («я плохой, поэтому меня никто не любит») и попыткой получить эмоциональную компенсацию через жалость (от себя самого(ой) или от окружающих).

Депрессивные эмоции также могут быть следствием образа жизни:

1) пассивности, лени, отсутствием продуктивных занятий и увлечений, что неизбежно приводит к скуке и унынию (об этом говорит знаменитое изречение подвижников Церкви: «уныние – дочь праздности»);

2) некрофилизация некоторых сегментов массовой культуры (прежде всего, музыки, кино, мультфильмов и комиксов) через использование романтизированных *образов смерти* (вампиров, зомби, гулей и т.п. чудовищ), обращение к темам сатанизма, оккультизма, суицида и т.д.;

3) попыток уйти от скуки через интенсивные развлечения (алкоголь, наркотики, рок-концерты), вызывающих сильный всплеск эмоций, за которым следует неизбежный спад.

Помимо перечисленного, проявлению депрессивных тенденций в молодежных субкультурах косвенно может способствовать мода на поп-психологию и лайф-коучинг (переместившихся со страниц глянцевого журнала в Интернет), которые превратили клинический диагноз «депрессия» в модный штамп массовой культуры.

Общим итогом перечисленных тенденций, связанных с деформацией нормального детства, становится глубокий кризис взросления и взрослости. Главным культурным трендом второй половины XX – первой половины XXI вв. становится всё более выраженный отказ молодежи от взросления, его традиционных атрибутов (ответственности, самостоятельности, стремления к созданию семьи и профессиональному росту и т.п.) и социальных ролей (семейных, профессиональных, гражданских). Получает распространение модель подростковой квази-взрослости, по принципу «взрослые привилегии и удовольствия, но без взрослой ответственности».

Субкультуры же создают нишу своего рода «институциональной взрослой невзрослости»: принадлежность к той или иной субкультуре подчеркивает, что детство уже позади, и в то же время создает иллюзию альтернативной взрослости в рамках «понятий» и «ценностей» той или иной субкультуры.

КРИЗИС СЕМЬИ И КУЛЬТУРНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ДЕКОНСТРУКЦИЯ МУЖЕСТВЕННОСТИ И ЖЕНСТВЕННОСТИ

Для нормального взросления личности исключительно важно наличие полной семьи и участия обоих родителей в воспитании ребенка. Причем в идеале это должна быть расширенная семья (включающая не только родителей, но и братьев и сестер, бабушек и дедушек), создающая все возможности развития личности в системе вертикальных (взрослые-дети) и горизонтальных (между братьями и сестрами) межличностных связей.

Особенно важной в традиционной культуре, сформированной великими мировыми религиями, всегда была роль отца. Отец в патриархальной семье – это не только и не столько добытчик и защитник (хотя эти роли можно считать базовыми). Он, наряду с этим, ещё и носитель Закона для членов семьи, хранитель моральных норм и ценностей, олицетворение Справедливости, глава семьи как малой Церкви. Если маме в традиционной культуре чаще принадлежит функция эмоциональной близости, жалости и сочувствие ребенку, то отец отвечает за эмоциональную дистанцию, требовательность и наказание. Нормальное воспитание без сочетания обоих элементов – требовательности и (при необходимости) наказания и эмоциональной близости и жалости – попросту невозможно¹. Разумеется, обе этих функции, как и вообще детско-родительские отношения должны быть облагорожены Благоразумием и Любовью, без которых Справедливость подчас превращается в жестокость, а жалость – в потакание слабостям и порокам детей.

Кризис отцовства

Разрушение традиционной семьи, интенсивно начавшееся со второй половины XIX века, особенно сильно воздействовало на институт отцовства. В традиционном обществе

¹ См.: *Медведева И.Я., Шишова Т.Л.* Скачут всадники ночи... Кто они, идеологи глобального содома? М.: Зерна, 240 с.

отец естественным образом сочетал в себе функции кормильца и воспитателя, приобщая детей к совместному труду в рамках большого хозяйства, в котором каждому члену семьи отводилась своя трудовая роль. Выступая носителем высшего морального авторитета для членов семьи, отец личным примером передавал детям нормы трудовой и семейной этики.

Индустриальный уклад привел к глубокой трансформации института семьи, вырвав сначала отцов, а потом и матерей из семьи в трудовые отношения нового типа, в которых труд оказался отделен от домашнего хозяйства. Соответственно, труд родителей (прежде всего отцов) оказался отделен от процесса воспитания детей, передачи им трудовой этики. Возникла городская нуклеарная семья, с её малодетностью, занятостью родителей на работе вне дома, снижением воспитательной роли старших родственников (родителей, бабушек и дедушек) в социализации детей и частичной передачей функций воспитания социальным институтам (детский сад, школа, «развивашки» и т.п.).

Плюс к этому, капиталистический уклад экономики проблематизировал роль отца как кормильца семьи (зарплата наемного работника всё меньше позволяла содержать жену с детьми) и к середине XX века заставил женщин массово выйти на работу в рамках так называемой «офисной революции» – появлением большого количества рабочих мест офисного типа, ставших местом трудоустройства преимущественно женщин¹.

Добавим к этому агрессивную критику традиционного (патриархального) семейного уклада со стороны разного рода «прогрессивных» идей и учений, получивших распространение в первой половине – середине XX века: фрейдизм, вульгарный марксизм, феминизм, идеи сексуальной революции

¹ *Сивулка Дж.* Мыло, секс и сигареты. История американской рекламы: Пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой. СПб.: Питер, 2002. 576 с.

(В.Райх, А. Кинси и др.), оказавшие глубокое деморализующее влияние на культуру¹.

Эти процессы вызвали во второй половине XX века в западных странах кратное увеличение количества разводов, резкое сокращение рождаемости, роста числа одиноких матерей с детьми и фактическое массовое «выключение» отцов из процесса воспитания детей. *Сфера воспитания оказалась тотально феминизирована*: как дома, где функции главного воспитателя перешли к матерям, так и в школах, где абсолютное большинство педагогов постепенно составили женщины.

Следствием всего перечисленного (а также некоторых тенденций, оставшихся «за кадром») стал глубокий кризис взаимоотношений полов в современном мире, тесно связанный с деформацией мужских и женских моделей поведения. О чём идёт речь?

Одним из трендов современной жизни, который всё труднее становится игнорировать исследователям социальной реальности является процесс нарастающего социального аутсайдерства мужчин на фоне растущего социального превосходства женщин. В своей последней крупной работе, посвященной этой проблеме, Ф. Зимбардо говорит о таких признаках этого процесса, как доминирование и большая социальная успешность женщин в сфере учебы в школах и колледжах и последующей успешной карьеры (за исключением области инженерных и естественно-научных и математических знаний), общей продуктивности и успешности личных жизненных сценариев².

Эти процессы отчетливо проявляют себя во всем мире, заметны они и в России: женщины всё более успешно осваивают социокультурные ниши, традиционно принадлежавшие мужчинам, проявляя при этом большую по сравнению с муж-

¹ См.: Хагуров Т.А. Девиантология – социология и психология зла: монография. М.: ИНФРА-М, 2023. С. 54-57.

² Зимбардо Ф., Коломбе Н. Мужчина в отрыве: игры, порно и потеря идентичности: Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2017.

чинами успешность и мотивацию. Мы наблюдаем это в образовании, бизнесе, спорте (например, в считавшихся до недавнего времени исключительно мужскими контактными единоборствах и бодибилдинге). Есть все основания говорить о происходящей на наших глазах *гендерной инверсии*, в результате которой женщины становятся носителями традиционно мужских черт характера и поведения: склонности к риску, стремления к преодолению препятствий и конкурентной борьбе, стремления брать на себя ответственность и принимать решение. В житейских и профессиональных ситуациях они всё более естественно демонстрируют волю, энергию, настойчивость, аскетизм и т.п. «мужские» качества. Мужчины же при этом все чаще выказывают признаки социальной депрессивности, пассивность, инфантилизм, выбирают стратегии *отступающего* или *ритуалистического* (по Р. Мертону) поведения. Эти процессы находят своё отражение в том числе в индустрии актуальной социальной мифологии – кино, литературе и других жанрах искусства.

Всё это можно резюмировать следующим образом: в современном мире наблюдается *острый дефицит нормальной мужественности и женственности*, патологические попытки компенсации которой можно наблюдать, с одной стороны, в некоторых подростковых субкультурах, культивирующих агрессию и насилие (АУЕ, «оффники», скинхеды и т.п.) и чаще привлекающих мальчиков и юношей. А с другой – в субкультурах, культивирующих эмоциональность и эмпатию (ЭМО, «няшки», «альтушки» и т.п.). Другими словами, с некоторой долей условности субкультуры можно разделить на «маскулинные» и «феминные».

Такое разделение носит, повторим, достаточно условный характер, и относится скорее к внутреннему содержанию субкультур, чем к составу участников. Во-первых, наблюдается тенденции «перемешивания» субкультурных предпочтений молодежи в силу упомянутых выше процессов гендерной инверсии. Часть девушек привлекают агрессивные и экстремальные («маскулинные») субкультуры, а часть юношей – в свою

очередь, эмоциональные («феминные») субкультуры. Во-вторых, общими для большинства молодежных субкультур стали потребительские ценности эмансипации (освобождения от «репрессивного» родительского контроля), поиска удовольствий, эгоизма и инфантилизма. Как справедливо указывал один из крупнейших отечественных социологов – Ю.Н. Давыдов, контркультурная революция 1960-1970-х гг. представляла собой в первую очередь «бунт избалованных детей против родителей»¹.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ МАЛЬЧИКОВ И ДЕВОЧЕК: КУЛЬТУРНЫЕ И СУБКУЛЬТУРНЫЕ ТРЕНДЫ И ИХ ПОСЛЕДСТВИЯ

Дефицит мужественности, как фактор притягательности агрессивных субкультур

Для полноценного воспитания мужчины в социуме необходим полноценный *дискурс нормальной мужественности* и работающие механизмы трансляции его содержания на детей, подростков и молодежь. Другими словами, детям нужно *рассказать* о том, что значит быть мужчиной и ещё важнее – *показать* это на конкретных примерах, в том числе через практику личного общения. Это означает, что нужны книги, фильмы, музыка героического содержания, нужны механизмы их «продвижения» к аудитории, нужна *включенность отцов и вообще мужчин в процессы воспитания и образования*.

Существуют два основных изначальных мужских архетипа: Воина и Мудреца. Существует ещё архетип Отца (Правителя), который, по сути, построен на совмещении этих двух

¹ История теоретической социологии. В 4-х т. Т. 4 / Отв. ред. и сост. Ю.Н. Давыдов. СПб.: РХГИ, 2000. 736 с.

изначальных архетипов. Или, согласно иной возможной трактовке, эти архетипы выделяются в результате разложения изначального архетипа Отца на элементарные составляющие. Сути это не меняет – Воин и Мудрец суть базовые мужские архетипы, причем они имеют выраженную временную специфику: образ Воина естественным образом ассоциируется с молодым возрастом, также как образ Мудреца – со зрелостью и старшим возрастом.

В формировании и самом социальном бытии мужчины реализация воинского архетипа имеет исключительно важное значение. Есть все основания полагать, что без опоры на него формирование нормальной мужественности (маскулинности¹) попросту невозможно. Сила, смелость, умение рисковать, готовность к борьбе, преодолению внешних трудностей и внутренних слабостей, нормальная (социально предписанная и морально оправданная агрессивность), готовность и умение действовать в экстремальной ситуации и т.п. элементы архетипа Воина – всё это необходимые слагаемые нормального образа мужчины, мужского этоса.

Обладание этими качествами является необходимым (что не означает достаточным) условием, позволяющим мужчине выполнять базовые социальные роли защитника и кормильца, полноценно реализовываться в профессиональном плане. Эти качества критически важны и в макросоциальном масштабе, как необходимые атрибуты субъектов социального действия. Благодаря им осуществлялись Великие географические открытия, одерживались победы в войнах, совершались научные революции, создавались империи. Не менее важны они и на микросоциальном уровне межличностных и внутригрупповых отношений, на социально-психологическом уровне

¹ Маскулинность (от лат. *masculus*, мужской) – термин обычно используемый западной социологией и означающий совокупность внешних (физических, телесных) и внутренних (психических и поведенческих) особенностей, рассматриваемых как мужские, отличающих мужчину от женщины. В рамках отечественной гуманитарной традиции нам кажется более уместным традиционный термин «мужественность».

мужского психологического здоровья, механизмов самоидентификации и самооценки.

Выполняя свою роль лаборатории жизни, важность эту давно уловило искусство. Огромное количество произведений искусства, прежде всего литературы – от «Илиады» и «Одиссеи» до «Повести о настоящем человеке», посвящено описанным выше чертам мужского этоса. В XX веке признанными певцами мужественности и мужского характера стали Дж. Лондон и Э. Хемингуэй. Хрестоматийными примерами литературного исследования процесса превращения через испытания и трудности изнеженной особи мужского пола в Мужчину стали «Смок Белью» и «Недолгое счастье Фрэнсиса Маккомбера». Вообще, произведения героического жанра (фильмы, книги, песни, легенды) являются с древнейших времен важнейшими агентами полноценной мужской социализации.

Добавим, что социальную адекватность архетип Воина обретает благодаря включению в него, наряду с физическим (сила), психологическим (смелость) и волевым (упорство) компонентами *моральной* составляющей. Готовность защищать слабых и обиженных, вступать в борьбу со Злом, жертвовать собой в этой борьбе – это то, что отличает Воина от Разбойника и превращает его в Героя¹.

Анализируя культурные тенденции последних 50-лет, можно видеть, что в сфере социализации мужчин в современном обществе дела обстоят крайне неблагоприятно.

Основные симптомы этого неблагоприятия проявляют себя:

- а) в массовом «выключении» отцов из процесса воспитания;
- б) тотальном доминировании женщин в системе образования (прежде всего, на уровне школы);
- в) неспособности массового искусства предложить понятные, убедительные и, что немаловажно, современные образы нормальной (!) мужественности;

¹ См. подр.: *Кэмпбелл Дж.* Тысячеликий герой. СПб.: Питер, 2018. 352 с.

г) фактическое изъятие из транслируемого СМИ дискурса маскулинности морального компонента и трактовка маскулинности в духе ницшеанской «воли к власти»;

д) прямая деформация мужского этоса настойчиво пропагандируемым ЛГБТ-дискурсом.

К отмеченным симптомам нужно добавить социально-экономические процессы, в том числе «офисную революцию», открывшую огромные возможности эксплуатации ресурсов *гендерной конкуренции* на рынке труда. Последняя, помимо всего прочего, создает ощутимые трудности для экономической состоятельности мужчин, их способности выполнять роль кормильца и добытчика в семье.

Этот (неполный) перечень тенденций в сфере гендерных отношений и составляет в общих чертах содержание термина «дефицит нормальной мужественности». О проявлениях этого дефицита в реальной жизни пишет Ф. Зимбардо (см. выше), проявляет он себя и в пространстве актуальной социальной мифологии. Подросткам, как уже говорилось, нужны понятные, убедительные и современные героические образы. В пространстве современной массовой культуры это осложняется тенденциями:

– *архаизации* мужественности в исторических произведениях (опора исключительно на образы прошлого, отсутствие примеров из современной жизни, облегчающих идентификацию), в том числе это касается популярной «военной тематики» в отечественном кино, которая многими рассматривается как панацея гражданского и патриотического воспитания;

– *мифологизации* мужественности в жанре фэнтези, означающей, что носителями нормальной маскулинности становятся нереальные, выдуманные персонажи, обладающие часто сверхчеловеческими способностями;

– *игразации* мужественности (например, в практиках «ролевиков» и исторических реконструкторов);

– *виртуализация* мужественности в жанре трюкового кино (фильмы про единоборства, с бедной сюжетно-драматической линией, где в центре внимания находятся изощренная

техника единоборств, фактически недоступная для повторения обывателем);

– *инфантилизации* мужественности в жанрах комедий и мелодрам про милых и не очень недотёп-эгоистов, «маменькиных сынков», неспособных к труду и борьбе, но вызывающих сочувствие, чем оправдывается позиция недоросля и отказ от мужских добродетелей;

– наконец, в сфере массового искусства всё более проявляет себя тенденция *дегуманизации* мужественности; её классический пример – *инверсия героя*, когда вместе традиционного «хорошего парня», воющего с «плохими парнями» за справедливость (это, по сути, главная сюжетная линия героического нарратива) героем становится *симпатичный негодяй*, социопат воющий с другими негодьями ради личных амбиций.

Приведенный неполный перечень процессов деформации мужской социализации отчасти объясняет причины привлекательности агрессивных и криминальных субкультур для определенной части молодежи. Эта привлекательность не в последнюю очередь связана со стремлением подростков компенсировать дефицит нормальной мужественности. В условиях острого недостатка её образцов в жизни и в виртуальном пространстве на фоне перечисленных выше тенденций, представители криминального мира, или драчуны-околофутболистки становятся фактически единственной для подростков эталонной группой – носителем мужского этоса.

Дефицит женственности и его субкультурные последствия

Массовая потребительская культура деформирует не только дискурс мужественности, но и *дискурс женственности*. Чтобы научить девочку быть женщиной, ей нужно предложить понятные и привлекательные модели женского поведения, рассказать и показать, что это такое – быть Женщиной.

Базовые женские архетипы – это Жена и Мать. В традиционной культуре оба этих архетипа наполнены сакральным смыслом. При этом первой и главной ролевой моделью является именно роль матери. Святость образа Матери, её роль как источника Жизни, требующая безусловного уважения и Любви нашла отражение во всех без исключения человеческих культурах. Атрибуты архетипа матери – любовь, забота, терпение, жалость, эмпатия – то, что в совокупности составляет «социальный клей», склеивающий базовую ячейку общества – семью. Аналогично архетип Жены включает в себя ценности целомудрия, верности, заботы, помощи, хранительницы домашнего очага, особой (глубоко интимной, не показной) сексуальности.

Женские и мужские базовые социальные роли являются взаимодополняющими: мужские этосы Воина и Мудреца существуют только в рамках сообщества (изначально Рода, потом племени, народа), существование же сообществ невозможно без деятельного участия и почитания Жён и Матерей, отвечающих за продолжение рода.

К сожалению, деструктивное влияние массовой потребительской культуры и социально-экономических трансформаций XX века затронуло базовые женские архетипические роли не в меньшей степени, чем мужские.

Если индустриализация XIX века способствовала распространению нуклеарной (вместо традиционной – расширенной) модели городской семьи, то быстрое расширение женской занятости со второй половины XX века по мере становления постиндустриальной экономики поставило под угрозу существование семьи как таковой. Как указывает американский политолог Д. Курц:

«Величайшим перемещением второй половины двадцатого столетия стало перемещение женщин из дома в офис... Это перемещение отделило родителей от детей, а также позволило жен-

щине отделиться от мужа. Расщепив семью-ячейку, это перемещение сулит в будущем возникновение семьи, которая уже не семья»¹.

Изменение в структуре занятости, в котором нуждалась экономика услуг, сопровождалось культурной пропагандой новых женских ценностей – успеха, карьеры, независимости. Об этом наглядно свидетельствуют изменения в рекламных образах: если в первой половине XX века женщина в рекламе, как правило, представлялась в образе домохозяйки, то к 1970-м наиболее распространенный рекламный стереотип – бизнес-леди – красивая, сексуальная, уверенная в себе.²

Карьера и связанные с ней удовольствия статуса, престижного потребления, независимости и успеха оставляют современной женщине минимум времени на семью. Выходить замуж и рожать детей – значит отказывать себе во множестве удовольствий, предлагаемых потребительской культурой. Известный американский консерватор П. Бьюкенен цитирует слова одной из представительниц женского делового мира со страниц американского женского журнала:

«Факт заключается в том, что девушки наподобие меня – абсолютно здоровые и веселые девушки двадцати и более лет – совершенно не желают плодиться и размножаться. <...> основными заботами моего поколения, к несчастью, являются внешний вид и деньги»³.

Таким образом, для женщин (равно как и для мужчин) работа о семье в потребительском обществе заменяется потреблением благ (сексуальных, психологических, экономических) и выгод, приносимых партнерами друг другу. Как следствие роли Жены и Матери (ориентированные на пожизненную реализацию) нивелируются ролью сексуального партнера (подразумевающую временность и изменчивость). По сути, об этом

¹ Kurth J. The American Way of Victory // National Interest. 2000. URL: https://ciaotest.cc.columbia.edu/olj/ni/ni_00kuj01.html

² Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты. История американской рекламы / Пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой. СПб.: Питер, 2002. С. 383-419.

³ Бьюкенен П. Дж. Смерть Запада / Пер. с англ. А. Башкирова. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. С. 55.

пишет в своём исследовании трансформаций отношений между полами британский социолог Э. Гидденс¹.

В числе факторов, разрушающих социально-психологические основания традиционных женских социальных ролей можно назвать и феминизм, особенно в его радикальном варианте, отождествляющий в своих пропагандистских воззваниях институт брака с «узаконенной проституцией» и «тюрьмой». Усматривая в широком распространении идеологии воинствующего феминизма один из главных источников кризиса семьи, П. Бьюкенен цитирует американскую феминистку Шейлу Кронин: «...брак есть форма рабства... Свободу для женщин не завоевать, пока существует брак».²

Анализируя материалы сайта «Российский феминизм: Женское движение», сталкиваемся с почти аналогичным заявлением доктора политических наук С. Айвазовой:

[необходимо стремиться] «...рассеять любые сомнения о том, что в женщине заложены те же потенции, те же способности к проявлению свободы воли и к саморазвитию, что и в мужчине. Их подавление под предлогом реализации «естественного назначения» калечит женщину, не позволяет ей состояться в качестве полноценного человека»³.

Безусловно, любые формы социальной дискриминации по половому признаку недопустимы. Однако, как было показано выше, сегодня женщины в Западном мире (частью которого в существенной степени является и Россия) в целом демонстрируют более высокую социальную успешность по сравнению с мужчинами. Под лозунгами «недопустимости подавления» женщин феминизм отнимает у них исконное право быть иными, нежели мужчины. Все-таки биологически в женщине заложены не совсем «те же потенции, что и в мужчине». Женщины, в отличие от мужчин, способны рожать детей, а от-

¹ См.: Гидденс Э. Трансформации интимности. СПб.: Питер. 2004.

² Бьюкенен П. Дж. Смерть Запада / Пер. с англ. А. Башкирова. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. С. 67.

³ Айвазова С. «Второй пол» и женское движение в России. URL: http://www.owl.ru/win/info/we_my/2000_sp/12.htm

каз от роли матери (плохо совмещающейся с «мужским способом саморазвития»), а потом и жены ведет к неизбежной депопуляции, росту числа одиноких людей и сопровождающих их депрессий и самоубийств.

Слепое следование тем ценностям, которые настойчиво предлагаются современной женщине культурой потребления – индивидуализму, карьеризму, отказу от семьи – опасно для всего общества. Так, анализируя последствия распространения феминистской идеологии, английская исследовательница К. Ранске в книге «Пустые сердца и пустые дома» определяет феминизм, как биологический тупик развития:

«В биологических терминах ничто не выявляет нежизнеспособный образец так быстро, как недостаточный уровень воспроизводства; прямым следствием популярности феминизма является необратимое снижение уровня рождаемости»¹.

Следствием перечисленных тенденций становятся многочисленные деформации женственности, которые в современной культуре наблюдаются не менее ярко, чем рассмотренные выше деформации мужественности и соответствующим образом влияющие на женскую социализацию. Какие это деформации?

Во-первых, контркультурный бунт 1960-х принес с собой акцентированную *сексуализацию женственности*, выраженную в отказе от традиционных поведенческих норм скромности и целомудрия, стремлении к сексуальной свободе, отрыву (благодаря распространению контрацептивов) секса от деторождения. На уровне социокультурной динамики это означало замещение культурного архетипа Жены архетипом Блудницы.

Хотя первые попытки сексуальной эмансипации женщин в пространстве культуры можно наблюдать еще в «революции 1920-е», однако именно сексуальная революция 1960-х легитимизировала этот процесс в глазах общественности. Свободная, сексуальная, яркая, меняющая партнеров по своему желанию и живущая в своё удовольствие независимая женщина –

¹ *Runskе K. Empty Hearts and Empty houses. Britain: Family Publications, 1990.*

этот культурный миф сломал множество женских (и мужских) судеб, не позволил родиться множеству детей во множестве так и не созданных семей.

Во-вторых, в обществе потребления ярко проявила себя *потребительская деформация* и связанная с ней *инфантилизация женственности* – управляемое (через маркетинговые и рекламные технологии) фокусирование поведения и интересов девушек исключительно на сфере шоппинга, бьюти-индустрии, отдыха и т.п., сопровождающиеся инфантильным отказом от любых серьезных интересов: политики, науки и искусства, создания семьи и рождения детей. Своего рода культурным символом этого тренда стал образ куклы Барби, наглядно показывающий, насколько рано потребительская культура начинает деформировать социализацию девочек.

Барби – это, во-первых, неклассическая игрушка, замещающая традиционное игровое освоение девочками (в процессе игры в куклы) ролей матери и хозяйки, игровым освоением потребительских практик – шоппинга и развлечений¹. Во-вторых, Барби стала символом определенного женского субкультурного стиля, содержанием которого является подчеркнутый потребительский инфантилизм, эгоцентризм, эмоционально-поведенческий образ «взрослой девочки». Образу Барби присуща и сексуальность, но в отличие от «горячей» сексуальности, описанной выше, сексуальность Барби – это «холодная» сексуальность, скорее элемент образа «идеальной взрослой девочки», чем отражение готовности к реальным отношениям.

Третья группа деформаций связана с *маскулинизацией женственности*, ярко проявившейся в культурном пространстве начиная с 1990-х сначала на уровне фильмов, потом музыки, спортивных и досуговых практик. Образы brutальных женщин, оказывающихся более сильными, боеспособными и волевыми, чем окружающие их мужчины буквально заполнили экшн-кинематограф в конце 1990-х – 2000-х гг. (Лара

¹ См.: *Абраменкова В.В.* Во что играют наши дети. Игрушка и антиигрушка. М.: Лепта, 2010.

Крофт, Сойка-пересмешница, «Малышка на миллион» и т.д. и т.п.). Чуть позже, начиная с нулевых стремительно набрали популярность женские контактные единоборства (ММА, тайский бокс и др.) и другие формы женского экстремального спорта и досуга, бывшие до того сферой преимущественно мужских интересов. Женская маскулинизация – это одно из наиболее заметных проявлений гендерной инверсии, о которой речь шла выше. Очевидно, что принятие маскулинных моделей поведения девушками в существенной степени препятствует реализации ими базовых ролей жены и матери, препятствует построению стабильных романтических отношений, построению семьи.

Четвертую группу деформаций составляет *отрицание и деконструкция женственности* в теории и практиках радикального феминизма и культурного деконструктивизма, и примыкающей к ним ЛГБТ-идеологии. Объявление мужественности и женственности «искусственными и репрессивными конструкциями», созданными в «тоталитарной маскулинной культуре», оказало глубокое разрушительное влияние на культуру воспитания мужчин и женщин начиная со второй половины XX века. Эта псевдоинтеллектуальная субкультура, ориентированная в первую очередь именно на женщин (хотя в её орбиту вовлекаются и отдельные мужчины, главным образом – представители ЛГБТ-сообщества) вывихнула психику сотен тысяч девчонок, заменив возможность нормальной реализации в традиционных семейных практиках отрицанием и протестом против этих практик, в равной степени «бессмысленным и беспощадным», разрушающим сами основы человеческого общежития – естественное разделение рода человеческого на мужчин и женщин.

Наконец, пятую группу деформаций составляют *практики архаизация и мифологизация женственности* через субкультуры магии, оккультизма, сектантства и т.п. Современное

общество социологи не зря называют постсекулярным¹ – религиозность вновь, как и 150-200 лет назад становится существенным фактором социальных процессов. Но религиозность, заметим, неклассическая, связанная с возрождением роли не столько традиционных монотеистических религий, сколько различных форм архаичного оккультизма и магии. Начало этому было положено в практиках Нью-Эйдж контркультурной революции XX века и получило мощное развитие в начале нового тысячелетия. Темы оккультизма, магии, альтернативные формы религиозности и т.п. стали почти респектабельными (достаточно посмотреть на соответствующие разделы в любом большом книжном магазине), заняли заметную нишу в модном интернет-пространстве лайф-коучинга и популярной психологии и ориентированы главным образом на женщин. Астрология, Веды, тарология, житейская магия (привороты/отвороты, снятие/наведение порчи, обряды на успех и т.д. и т.п.) – это, прежде всего, женские сферы. В этих эзотерических практиках традиционные роли Жены и Матери отходят на второй план, женщина выступает в роли Ведуньи, Знающей, самодостаточной и заикленной на своих внутренних состояниях (пресловутых «гармонии» и «равновесии»), что оставляет ей мало времени на детей и семью.

Резюмируя всё сказанное, можно заключить:

1) проблема влияния субкультур на сознание и поведение подростков и молодежи несет с собой целый ряд вызовов и угроз, проявляющихся главным образом в нарушении нормальной социализации, следствием чего становятся разнообразные проявления «кризиса взрослости», неспособности молодых мужчин и женщин реализовывать базовые социальные роли, поддерживать семейные и профессиональные практики;

2) в обозримом будущем эта проблема не станет менее острой, скорее наоборот;

¹ См.: Хабермас Ю., Ратцингер Й. Диалектика секуляризации М.: ББИ, 2006. С. 104–105.

3) налицо неспособность существующих институтов и формальных агентов социализации и социального контроля эффективно противостоять этим угрозам;

4) обсуждая стратегии решения этой проблемы, необходимо наряду с «грубыми» социально-экономическими причинами, принимать во внимание «тонкие» социально-психологические и культурологические факторы;

5) для выработки адекватных решений в области коррекционно-профилактической и воспитательной работы в данном направлении остро необходимы углубленные, в том числе междисциплинарные исследования.

Наша книга представляет собой одну из попыток первичной концептуализации проблемы нарушений нормальной социализации в контексте влияния субкультур, систематизации последних и приглашение к диалогу всех заинтересованных исследователей.

ГЛАВА 2. «ЗНАКОМЫЕ НЕЗНАКОМЦЫ»: социологические эскизы субкультурных сообществ и практик*

2.1 АГРЕССИВНЫЕ И КРИМИНАЛЬНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ

Подавление других – это слабость, замаскированная под силу.
Экхарт Толле

Насилие питается покорностью, как огонь соломой.
Владимир Короленко

*Человек, терзаемый своими демонами,
совершенно бессознательно мстит ближнему.*
Франц Кафка

АУЕ

АУЕ¹ («арестантско-уркаганское единство» или «арестантский уклад един») – молодежное неформальное движение, участники которого придерживаются уголовных понятий, поддерживают и признают авторитетов преступного мира, насильственно навязывают свое мнение сверстникам, проецируя на взаимоотношения с окружающими тюремные поведенческие схемы.

Основной контингент последователей – дети и подростки от 10 до 17 лет.

* *Авторы раздела:* Хагуров Т.А., Иванова М.С., Ерок А.Д., Студеникина Е.С., Усова Л.В., Чепелева А.А., Бойченко С.А., Буевич Н.Д., Власко А.А., Еремеева А.А., Железняк С.М., Затолокина В.А., Лабутина А.В., Лагунова В.С., Моргун А.А., Панчухина А.С., Фадеева М.М., Хачатурова О.С., Хромых К.С.

¹ Решением Верховного Суда РФ в 2020 году причислено к движениям экстремистской направленности, представляющим угрозу жизни и здоровью граждан, деятельность которого на территории РФ запрещена.

Идеология заключается в оправдании противоправного и аморального образа жизни, противоречащего общепризнанному и моральному: «все работают – я не работаю, нормальный человек старается вести трезвый образ жизни – я буду пить и употреблять наркотики, нормальный человек создаёт семью – я же семью создавать не буду, буду считать тюрьму своим родным домом». Кроме того, молодых людей в АУЕ привлекает романтизированный дух уголовного мира, почти мушкетерское «один за всех и все за одного». «Преступление не есть преступление, это такой порядок вещей».

Во «взрослой» криминальной субкультуре отдельных регионов России, в частности Забайкалья, знак АУЕ встречается достаточно давно – с 1980-х гг. Однако широкое его внедрение именно в молодежную субкультуру в вербальной форме (приветствие, реплика, «кричалка») и в форме графического идентификатора (граффити, татуировки) относится, по-видимому, к концу первого – началу второго десятилетия нынешнего века, когда АУЕ стало символом криминализованной молодежи. Криминализованной, прежде всего, на уровне субкультурных практик: сленга, манеры одеваться, поведенческой экспрессии и практикуемых форм взаимоотношений, музыки, образа жизни в целом, декларируемых ценностей и идеалов и т.п. У значительной части молодежи (трудно сказать количественно какой именно), причисляющей себя к «уркаганскому единству» это сопровождается реальной криминализацией – эпизодической или достаточно регулярной вовлеченностью в совершение сознательно противоправных действий: магазинные (и не только) кражи, разбой и вымогательство, избиения и расправы над «виновными» и т.п.

Субкультура АУЕ существует в форме устойчивого набора асоциальных установок: отказ от учебы и профессии как социально-значимых видов деятельности (или формально-поверхностное отношение к ним в духе мертоновского ритуализма), ориентация на достижение быстрого материального успеха через криминальную деятельность или в результате

«везения», «счастливого случая», социальный паразитизм, отсутствие социально и личностно-продуктивных увлечений (спорт, творчество и т.п.), распространённость агрессии и эксплуатирующих стратегий в межличностных отношениях, культ насилия и презрение к высокой культуре и интеллекту, регуляция поведения на основе контркультурной ценностно-нормативной матрицы («понятий»), одобрение употребления алкоголя и наркотиков, количественная и качественная примитивизация лексикона и активное использование ненормативной лексики. Распространенной в ряде регионов является практика сбора, в том числе в форме вымогательства у сверстников, денег для передачи в пенитенциарные учреждения («на грёв»).

Суть криминальной АУЕ-идеологии часто камуфлируется *криминальным фольклором* (как правило, псевдо-трогательным и мелодраматичным, с его популярными темами «несправедливого» осуждения и любви к маме). В реальности же – это идеология превосходства сильного над слабым, идеология социальных хищников, «право имеющих» и не испытывающих сочувствия к «тварям дрожащим» («лохам»). Эта идеология проникла в нормы повседневных отношений в подростковых коллективах, и даже – в отношения между полами. «Развести», «прессануть», «кинуть» – являются вполне реальными аспектами повседневных взаимоотношений в среде криминализированных подростков.

Символика: восьмиконечная «роза ветров», которую в тематике АУЕ называют «звезда воров». Среди блатных татуировок действительно такой символ существует. Как правило, такую символику носят признанные лагерные авторитеты. Накалывают ее обычно «злостные отрицалы», то есть те, кто постоянно нарушают тюремные порядки – они отказываются от работы, нарушают распорядок и т.д. Две такие татуировки размещают под каждой ключицей, а «звезда вора» на ногах означает заявление «меня не поставит на колени».

Проявление данных символов встречается в графическом проявлении, оставленном АУЕ-шниками на стенах города,

одежде, личных вещах (телефонах, сумках, аксессуарах). Для членов субкультуры АУЕ использование такой символики чаще всего является подражанием.

Особенности внешнего вида представителей движения в настоящее время ярко не выражены – какие-то особенные опознавательные знаки могут отсутствовать вовсе. В 2000-х к атрибутам внешнего вида «гопников» относили спортивные костюмы и кепки, дешевые перстни и массивные цепи в качестве украшений.

Особенности поведения:

- отрицание ответственности за преступления;
- привлекательность быстрого обогащения за счет других;
- потребительское отношение к старшим и к людям вообще;
- эпизодически – излишнее расточительство с целью «произвести впечатление»;
- эпатажное потребление спиртных напитков, наркотических средств и т.д.;
- пренебрежительное отношение к трудовой деятельности;
- агрессивность в отношении «обычных людей» и представителей власти, культ насилия.

На основе обширного контент-анализа интернет-ресурсов, посвященных тематике «АУЕ» мы предложили пилотный вариант типологии их пользователей¹:

1. Адепты первичной криминализации, «дети городских окраин». Представители социально-неблагополучных слоев населения, чьи представления о самореализации мало связаны с учёбой и успешной карьерой. Их повседневная жизнь строится вокруг дворового «тусования» в компании сверстников.

¹ См.: Хагуров Т.А., Чепелева Л.М. Социально-психологические причины распространения субкультуры «АУЕ» (к вопросу о неявных факторах актуальной проблемы) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 2. С. 322-339.

Типичным спутником таких компаний являются курение, регулярное употребление алкоголя и скука. В сочетании с алкоголем последняя часто побуждает к совершению спонтанных правонарушений, как правило краж или агрессивных действий по отношению к сверстникам. Повседневное поведение и общение конструируется под сильным влиянием криминальных «понятий», как правило транслируемых более взрослыми и «опытными» «наставниками». Являются активными потребителями криминального фольклора и соответствующих образцов низового музыкального искусства.

2. Адепты игровой криминализации, в значительной степени представленные криминализированной «золотой молодежью». Эта группа включает в себя выходцев из благополучных социальных слоев, «нормальных семей», где родители успешно работают, а у детей есть перспективное будущее. Распространенной проблемой таких семей является недостаток времени общения детей и родителей, дефицит внимания, часто побуждающий детей компенсировать его за счет девиантных форм самоутверждения. В этой группе криминализация проявляется прежде всего на уровне субкультурных практик: сленге, манере общения, одежде, копировании поведения героев криминальных боевиков, специфической активности в социальных сетях. Большинство представителей этой группы, взрослея, перерастают увлечение криминальной романтикой, отказываясь от девиантных жизненных стратегий в пользу нормативных (учеба, карьера).

3. Адепты устойчивой (вторичной) криминализации, «реальные уголовники». Как правило, для «ауезированных» подростков столкновение с правоохранительными органами становится своего рода точкой бифуркации: для одних страх получить реальное наказание в виде лишения свободы становится социальным барьером, возвращающим к нормативным стратегиям поведения. Для других – своеобразной криминальной инициацией, закрепляющей криминальную идентичность и готовность к реализации соответствующих девиантных жиз-

ненных стратегий. Молодежь, прошедшая криминальную социализацию через осознанное совершение правонарушений, взаимодействие с пенитенциарной системой, приобщение к «уголовному братству» становится устойчивым носителем и транслятором идеологии АУЕ и соответствующих криминальных ценностей и норм в среду сверстников и младших подростков.

Данная классификация, включающую в себя три основные формы (первичной, игровой, устойчивой вторичной) криминализации согласуется с наблюдениями самих подростков, имеющих опыт столкновения с АУЕ и вполне может служить в качестве рабочей схемы, позволяющей эмпирически типологизировать представителей криминальной субкультуры.

Краткая история

Приблизительно с начала 2010-х наблюдается рост популярности криминальной тематики в русскоязычном сегменте Интернета: проявляются соответствующие группы в социальных сетях, растет количество упоминаний АУЕ в видео-сюжетах о «разборках» и избиениях сверстников, выкладываемых подростками (в том числе девушками) на различных платформах и хостингах прежде всего – «YouTube»¹. В 2013-2015 гг. правоохранители фиксируют ряд серьезных инцидентов с участием криминализированных подростков в Забайкалье, Бурятии, Татарстане, о которых упоминается в СМИ².

Серьезное внимание журналистов и общественности к проблеме опасного влияния на молодежь криминальной субкультуры АУЕ было привлечено в 2016 году после доклада Президенту об итогах работы специальной межведомственной комиссии для проверки ряда громких инцидентов в Забайкальском крае. Возглавлявшая комиссию член СПЧ Лантратова Я. назвала проблему массовой криминализации подростков угрозой национальной безопасности. Из доклада следовало, что

¹ *Халецкая И.* «Вечер в хату»: насколько опасна субкультура АУЕ // РИА-новости. URL: <https://ria.ru/society/20170719/1498753809.html>

² *Тарасов А.* Страна из трех букв (АУЕ: Кто стоит за криминализацией подростков, вводит их в преступное пространство, или Хроники новой пионерии) // Новая газета. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/06/16/72816>

криминальная романтика набрала популярность и в целом ряде российских регионов, среди которых упоминались Бурятия, Челябинская, Ульяновская, Тверская, Московская области и Ставропольский край.

Тема привлекла внимание и в 2016-2017 гг., в нескольких серьезных центральных и региональных СМИ появились достаточно качественные материалы журналистских исследований проблемы приобщения подростков к криминальной субкультуре¹.

Широкий резонанс вызвал инцидент на фестивале красок «Холи» в Челябинске в мае 2017 г. Толпа оголтелых подростков 13-16 лет – напала на автомобили полицейских, находящихся на охране правопорядка. Они били по полицейским машинам, облили их красками, выкрикивали оскорбления в адрес сотрудников полиции, вынудив в результате тех покинуть площадку фестиваля. Всё это сопровождалось скандированием «АУЕ!».

После 2017 года количество публикаций в СМИ по теме подростковой преступности и АУЕ снижается. В августе 2020 года Верховный суд Российской Федерации признал АУЕ движением экстремистской направленности, создающему угрозу жизни и здоровью граждан, обществу и государству.

Музыка

Основу музыкальных предпочтений представителей данной субкультуры составляет шансон, как «классический» («Бутырка», Михаил Круг, Иван Кучин, «Лесоповал», Сергей Наговицин, «Воровайки» и т.д. и т.п.), так и более современный, в том числе в стиле рэп: (Гио Пика, Мафик, «Гнойный» и др.). Слушают и отечественную поп-музыку 1980-1990-2000-х гг., («Комбинация», «Сектор Газа» и другие).

Организованность

У АУЕ нет единого общего руководителя, но есть лидеры во многих населенных пунктах. Основной их целью является

¹ Доктор наук: АУЕ стало «модным всероссийским мемом» // ИА «Байкал-Daily». URL: <https://www.baikal-daily.ru/news/20/257041/>

распространение ценностей криминального мира среди молодежи, они призывают своих сторонников к вандализму, массовым беспорядкам, избиению несогласованных, нападению на силовиков, поджогу административных зданий и т.д.

По сведениям Генпрокуратуры России, основным способом вовлечения молодежи в данную криминальную субкультуру является Интернет. Большая часть таких сообществ (до 30 тысяч, около 6,5 млн пользователей) размещена в социальной сети «ВКонтакте». Около 2 млн каналов (более 8,5 млн видео с суммарным количеством просмотров до 85 млн) предлагает «Ютуб». Состав и количество пользователей этого контента свидетельствуют о достаточно высокой степени вовлечения в криминальную идеологию подростков.

СКИНХЕДЫ

Скинхеды или **скины** (англ. skinheads, от skin – кожа и head – голова) – бритоголовые – собирательное название представителей агрессивной молодёжной субкультуры, вдохновленной идеями социальной и расовой чистоты. Считается, что конец 1960-х – первая половина 1970-х были годами возникновения и быстрого набора популярности это субкультуры на Западе, в первую очередь в Великобритании.

История возникновения

Движение скинхедов появилось в рабочих районах Великобритании. Впервые массово скинхеды заявили о себе в 1968 г. на волне студенческих протестов и появления множества субкультур. Позиционируя себя как альтернативу популярному в 1960-е гг. движению хиппи, скинхеды «первой волны» носили короткие стрижки с небольшими бакенбардами и пролетарскую одежду – брюки и куртки из грубой шерсти, а также тяжёлые ботинки, в каких ходили докеры и строители.

На фоне экономического кризиса 1970-х гг. скины ожесточились. Их музыка стала более дикой – появился так называемый, стиль «oi». В идеологии всё более настойчиво звучали темы борьбы, протеста, агрессии. Скины начали заполнять футбольные стадионы, устраивая грандиозные драки. Ради эпатажа некоторые из них стали заявлять о своих нацистских и фашистских взглядах, подпадать под влияние многочисленных неонацистских организаций, получивших распространение в Европе с конца 1960-х гг. В начале 1980-х годов «скинхедовская» мода распространилась по всей Европе.

Значительное влияние на формирование субкультуры скинхедов оказало развитие музыкальных жанров в 1960-1970-е гг. Значимой для скинхедов «первой волны» была музыка в стиле ска, регги и рок-стеди. Любимыми исполнителями считались Десмонд Деккер и Лорел Эйткен, а также Боб Марли.

Разновидности субкультуры скинхедов

Традиционно внутри движения скинхедов выделяют разные группы. В зависимости от идеологических предпочтений скинхеды делятся на: бонхедов, R.A.S.H., S.H.A.R.P.

Бонхеды – скинхеды, придерживающиеся ультраправой расистской идеологии. Выступая за торжество идей превосходства белой расы, они считают своими главными противниками представителей этнических и расовых меньшинств, а также скинхедов-антифашистов из движений R.A.S.H. и S.H.A.R.P.

R.A.S.H. (Red & Anarchist Skinheads) – «красные» и анархо-скинхеды, исповедующие идеи социализма, коммунизма и анархизма. В отличие от бонхедов видят в мигрантах не противников, а естественных союзников.

S.H.A.R.P. (Skinheads Against Racial Prejudices) – «скинхеды против расовых предрассудков». Движение скинхедов, которое видит свою цель в опровержении предрассудков о расовом характере движения скинхедов. Часто выступают в качестве боевых отрядов в стычках с бонхедами. Принципиально аполитичны.

Внешний вид

Скинхеды 1960-х – начала 1970-х гг. в качестве верхней одежды носили «донку» – куртку из грубой шерсти или полупальто с кожаным воротником (обычная одежда докеров). Под донкой был длинный пиджак до колен – «зут» и грубые брюки. На ногах тяжёлые ботинки с армированным носком.

Реалии конца 1970-х гг., характеризующиеся постоянными драками, привели к отказу от «донок» и «зутов» в пользу более подходящей для «уличных боёв» одежды. Грубые брюки заменили плотные джинсы, полупальто – куртки-«бомберы» без воротника, а тяжёлые ботинки – шнурованные армейские башмаки. Короткие бобрики и баки были обриты, чтобы противник в драке не мог за них ухватиться.

«Красные скины» быстро оценили функциональность такой одежды. Поэтому ныне единственное, что отличает между собой группы **бонхедов** и «**красных скинов**» – это нашивки организаций, к которым они принадлежат и шнурки красного цвета, которые стали характерной отличительной чертой «красных скинов».

Символика



Posse Comitatus – антиправительственное движение, наиболее активно действовавшее в 1970-80-х годах. Многие из его лидеров были сторонниками идеологии Christian Identity. Идеология этого движения стала основой для формирования взглядов более поздних группировок, таких как, например, Montana Freeman (Вольные люди Монтаны).

Boot Symbols. До последнего времени скинхедов можно было узнать по цветным шнуркам в их ботинках от "Doc. Martens" со стальными пластинами на носках, которые использовались как "оружие" для ударов ногами во время драки. Хотя многие скинхеды сейчас носят и другую обувь, этот вид обуви, ставший популярным несколько лет назад, по-прежнему является наиболее типичным и традиционным.



Odin Rune (буква Одина – сканд., миф.). Этот символ означает веру в язычество или одинизм (Один – верховный бог в скандинавской мифологии). Будучи популярной версией неоязычества (сконструированного в XX веке на основе обрывков старых мифов и легенд), одинизм популярен среди сторонников движения за превосходство белых, так как они рассматривают древнескандинавских предков как представителей арийской культуры.



Скинхеды в России

Молодежные движения, аналогичные скинхедам по идеологии и пропагандируемому образу жизни (спорт, отказ от наркотиков и алкоголя, регулярные практики насилия – драки, подчеркнутая принадлежность к непривилегированным социальным слоям и т.п.) стали возникать в СССР в конце 1980-х гг. Можно выделить как минимум две такие позднесоветские субкультуры:

1) субкультура «люберов» (от названия подмосковного города Люберцы);

2) субкультура «районов» и подростковых «моталок», возникшая первоначально в Казани, Набережных Челнах, Йошкар-Оле и затем распространившаяся на большинство городов позднего СССР.

«Любера» выросли из субкультуры подвальных «качалок». 1980-е гг. были эрой видеомэгнитофонов, принесшей советским подросткам яркие образы зарубежного экшн-кинематографа – сильных, brutальных, накаченных и владеющих единоборствами героев, сражающихся на стороне добра и способных в одиночку побить десяток «плохих парней».

Арнольд Шварценеггер, Чак Норрис, Сильвестр Сталлоне, Жан-Клод Ван-Дам, Дольф Лунгрен и многие другие топовые актеры западного экшн-кинематографа стали кумирами позднесоветских подростков и породили волну подражания и массовую моду на дворовый силовой и боевой спорт. Хотя в СССР массовый спорт был широко развит, возможности для

занятий вдруг ставшими модными культуризмом и единоборствами были ограничены, их компенсировали создававшиеся практически в каждом дворе «качалки». Обычно они оборудовались в подвалах многоквартирных домов и укомплектовывались отчасти покупным, отчасти самодельным, отчасти списанным спортивным инвентарем для силовых тренировок и единоборств (штанги, гантели, гири, простейшие самодельные тренажеры, боксерские груши и т.п.). В некоторых, наиболее «продвинутых» качалках удавалось даже оборудовать боксерские ринги.

В подмосковных Люберцах движение таких дворовых спортсменов оказалось особенно многочисленным и раньше других приобрело собственную идеологию – «очищения столицы» (и вообще общества) – от «социального мусора»: разного рода «неформалов» (прежде всего хиппи и панков), наркоманов, проституток, иностранцев, фарцовщиков (нелегальных предпринимателей) и т.п. Образ жизни типичного участника этой субкультуры строился вокруг тренировок (обычно это три дня «кача» + два дня бокса/карате в неделю), еженедельной «практики» (драк) на дискотеках и также еженедельных «акций» по очищению – избиению «нежелательных» элементов. В 1990-х большинство бывших люберов пополнили ряды новой страты «силовых предпринимателей» – панки бандитов.

Дворовая субкультура деления городов на районы существует издавна, однако она получила своеобразный импульс развития во многих городах СССР в 1970-х гг. «Моталки», судя по всему появились позже – во второй половине 1980-х гг.

Вообще, деление населенных пунктов на районы (улицы, анклавов) сопровождающееся *территориально-статусными конфликтами* между населяющими их подростками (а часто и взрослыми) – явление не новое. Такие конфликты могут носить ритуально-формализованный (кулачные бои «стенка на стенку») или стихийно-криминальный (драки, нападения) ха-

рактар. Художественное описание таких конфликтов в изобилии встречаются в отечественной и зарубежной социально-реалистической литературе XIX века (от А. Мельникова-Печорского, Н.А. Лескова и В. Гиляровского до В. Гюго, Ч. Диккенса и Э. Сю). Сам же социальный феномен таких конфликтов уходит корнями вглубь веков.

Новый импульс это явление получило в конце 1960-х – начале 1970-х в связи с появлением новых городских пространств – многоэтажных микрорайонов. В этих районах достаточно быстро проявилось негативное воздействие ряда характерных для них социальных факторов: скученности, изолированности (многоэтажно-многоквартирная застройка разрушает соседские связи), отрыва подростков (гуляющих «внизу», во дворах) от взрослых (замкнутых «наверху», в квартирах), девиантных форм досуга (пьянство, безделье), влияние криминальной среды. Последнее особенно сильно проявило себя с конца 1970-х в Казани (хотя и не только), что в итоге «прославило» казанские подростковые группировки на всю страну и нашло своё отражение в журналистике, науке, литературе и кинематографе¹.

Основные черты этой субкультуры связаны с делением городов на районы и улицы, объединения подростков в постоянные или временные группировки по месту жительства и практику регулярных конфликтов – драк – с подростками из других районов. В ряде городов, как в Казани, это явление носило более организованный и криминализованный характер, за подростковыми группировками как правило стояли взрослые представители криминального мира. Во многих других городах это носило менее организованный и криминальный характер, принимая форму стихийных одиночных или групповых драк и конфликтов по принципу «свой-чужой». Основная идеология этих подростковых сообществ – своеобразный «кодекс пацана»: регулярное участие в драках, личная

¹ Статья Ю.Латыниной «Казанский феномен»; исследования социологической школы А.Л.Салагаева в Казани; книга Р.Гараева «Слово пацана» и снятый по её мотивам сериал «Слово пацана», вышедший на экраны в 2023 году.

доблесть, круговая порука, особая ценность «мужской дружбы», осуждение трусости, «стукачества». Как правило, возраст участников группировок составлял 14-18 лет, т.е. до ухода в армию. После армии обычно юноши социализировались в нормальную взрослую жизнь, интересы «пацанов», драк и «районов» уступали место семье и работе.

«Моталки» – это подростковые группировки, регулярно, выезжавшие на «гастроли» (для организации драк, избиений и ограблений) в другие города. Это называлось «мотаться». Хотя иногда «моталками» называли любые группировки, а слово «мотаться» использовалось в значении «принадлежать к определённой группировке и регулярно драться с другими».

В конце 1980-х – начале 1990-х субкультура «моталок» окончательно криминализировалась и большинство их активных участников пополнили ряды многочисленных ОПГ (банд). Началась эпоха расцвета бандитской субкультуры раннего капитализма, продолжавшаяся до конца 1990-х гг.

Однако, в 1990-е скинхеды отпочковались от «чистого» криминала и выделились в отдельную (достаточно сильно политизированную) субкультуру. Этому отчасти способствовал политический кризис 1993 года.

К середине 1990-х гг. субкультура скинхедов становится заметным явлением в социокультурном пространстве новой России. Начинают появляться первые скин-банды – первые музыкальные группы: «Штурм», «Русское гетто» (ныне «Коловрат»), «Радегаст», «Вандал», «Ультиматум» и другие.

Существовала «скин-пресса»: журналы «Под ноль», «Белое сопротивление», «Отвертка», «Стоп», «Я – белый», «Streetfighter».

Идеология российских скинов 1990-х – это своеобразная смесь наследия люберов, идеологии их «коллег» – скинхедов из Европы и США и политической повестки российских право- и лево-радикальных политических партий этого периода.

Правила поведения

Согласно классическим нормам этой субкультуры, скинхеды не должны пьянствовать, курить и употреблять наркотики. Если первые два запрета иногда нарушались, то отторжение наркотиков было нерушимым правилом. Считалось, что настоящий скинхед должен быть здоровым, развитым и сильным.

Настоящий скинхед не общается с иностранцами и при любой возможности демонстрирует ему свою неприязнь. Допускалось даже нанесение иностранцу мелкого вреда.

Если скинхед видел пару, в которой девушка русская, а молодой человек – нет, то на него нужно было напасть. Трогать девушек запрещалось.

Если скинхед видел драку, в которой участвовали скины, то обязан был вступить в бой на стороне «своих» без выяснения причин.

Также бритоголовый должен был всегда помогать представителям своей субкультуры – защищать их, оказывать финансовую поддержку.

Самые ортодоксальные скинхедов даже не пользовались продуктами и изделиями азиатского и африканского производства. При этом покупка товаров, произведенных в Европе, не осуждалась.

В целом, можно сделать вывод о том, что движение скинхедов – это следствие того социального кризиса, который был в то время в нашей стране. Об этом говорит тот факт, что скинхеды в основном концентрировались в крупных городах, где наиболее заметно было расслоение населения. Фактически эта субкультура, наряду с другими агрессивными субкультурами (АУЕ, околофутбол, оффники и т.п.), вне зависимости от конкретного идеологического наполнения, выполняла функцию канализации социальной агрессии и социального протеста, как реакции на новые формы неравенства в постсоветском обществе.

КОЛУМБАЙН или СКУЛШУТЕРЫ (идеология и практика массовых убийств)

Субкультура «колумбайнеров» или «скулшутеров» возникла в результате трагических событий, произошедших 20 апреля 1999 года в Колумбайнской старшей школе в Колорадо (США), когда два студента, Эрик Харрис и Дилан Клеболд, совершили массовое убийство 12 своих одноклассников и одного учителя, а затем покончили с собой. Эти события оказали значительное влияние на современное общество и сформировали своеобразную субкультуру подражания «героям» этих событий.

Хотя это был не первый случай нападения на учебное заведение в истории, именно Колумбайн стал отправной точкой формирования субкультуры. Можно предположить, что такой реакции общественности способствовало широкое распространение информации о трагедии в СМИ, в том числе видеоматериалов от первого лица, которые все еще можно найти в открытом доступе.

На данный момент зафиксировано 115 случаев *скулшутинга* по всему миру (*shool* – школа, *shoot* – стрелять – применение вооруженного насилия на территории образовательного учреждения).

При этом важно разграничить понятие *скулшутинга* в целом и его частных случаев, относящихся к субкультуре Колумбайн. Так, к *скулшутингу* относятся любые случаи нападения на территории школы, в то время как «Колумбайн» подразумевает под собой наличие определенной идеологии и схожих черт, подробнее о которых мы поговорим ниже.

Первый случай *скулшутинга* в России произошел в 2014 году в Москве. А в сентябре 2017 года в подмосковном городе Ивантеевка произошло первое нападение, сценарно схожее с Колумбайном. С того времени было зафиксировано свыше 10 похожих случаев, и предотвращено по данным ФСБ более 100.

В 2018 году в Российской Федерации был подписан закон о защите детей от Колумбайн-сообщества. Случившиеся в

нашей стране колумбайн-трагедии – массовый расстрел в керченском колледже (2018 г.), школе в г. Казань и Пермском университете (май и сентябрь 2021 г.) и другие, менее известные случаи нападений – вызвали широкий общественный резонанс и многочисленные дискуссии о проблемах безопасности молодежи.

Субкультура Колумбайн, подобно другим эпатажно-агрессивным субкультурам, привлекает молодых людей идеей превосходства, возможностью избавиться от чувства внутренней неполноценности, выделиться из «серой массы». Для того, чтобы обозначить группу риска необходимо понять, какие внутриличностные и социокультурные факторы делают подростков более уязвимыми для воздействия данной субкультуры.

Так, к психологическим особенностям этого типа подростков относятся: склонность к депрессии, замкнутость и необщительность, склонность к нарциссизму, подозрительность и недоверчивость, склонность к асоциальному поведению. Разберем их подробнее.

1. Склонность к депрессии часто характеризуется потерей смысла жизни и собственной малоценностью, что в последствии приводит к суицидальным мыслям, иногда и попыткам суицида. Депрессия часто сопровождается изменениями в самом образе действия человека. Так, прежде общительный подросток становится замкнутым, одиноким, появляются различные проблемы в социальном взаимодействии. Первопричины депрессии могут быть различны – как внутренние, так и внешние, однако всегда стоит обращать внимание на появление изменений в поведении для своевременной помощи подростку.

2. Замкнутость может быть как чертой характера, так и следствием каких-либо событий в жизни подростка. Она характеризуется молчаливостью, малым контактом с окружающими, отсутствием близких людей. Как правило, замкнутый подросток внутренне желает признания группы, но боясь быть отвергнутым ей, держится в стороне. Несмотря на внешнюю

отчужденность, внутренне эти подростки очень ранимы. В качестве внутренней мотивации часто выступает желание быть принятым.

3. основополагающая черта нарциссической личности заключается в попеременном чередовании чувства собственной исключительности и грандиозности с чувством собственной ущербности. В связи с этим подростки со склонностью к нарциссизму болезненно воспринимают критику, стараются избежать ее любыми способами. В качестве защиты собственного эго часто используют тщеславие, презрение, высокомерие. Для них важно подтвердить свое превосходство над другими, что и служит обоснованием их образа поведения.

4. Недоверчивость и подозрительность также может являться чертой характера подростка, но чаще всего является следствием определенных повторяющихся событий. Такие подростки с подозрительностью относятся к окружающим, опасаясь того, что другие желают причинить им вред или обмануть.

5. Склонность к асоциальному поведению является тревожным признаком и нуждается в особом внимании для помощи и корректировки поведения подростка. Однако стоит помнить, что асоциальное поведение часто может выступать в качестве способа привлечения внимания и своеобразного «крика о помощи» подростка.

Все эти признаки могут быть свойственны каждому подростку в зависимости от обстоятельств, однако все они делают его более податливым для влияния деструктивной информации.

Описанные выше особенности характеризуют группу риска. Далее мы рассмотрим отличительные черты подростков, состоящих в субкультуре Колумбайн. Важно отметить, что не все приверженцы данной субкультуры становятся «стрелками», однако сам интерес и поддержка идеологии являются тревожным признаком и требуют внимания.

Идеология

Идеология субкультуры Колумбайн несет в себе идею превосходства над другими, желание наказать, выделиться, донести собственное инакомыслие до масс. При этом, для обозначения принадлежности отдельному кругу лиц, а именно другим последователям субкультуры, подростки используют особую символику, одежду и цитаты. Все эти отличительные особенности отсылают к другим громким случаям «Колумбайна», отдавая особую дань уважения, демонстрируя общность.

Идеология *колумбайнеров* часто связывается с чувством отчуждения, ненависти к обществу, обиженности, желанием мести, обожествлении себя, возвышении над другими. По мере распространения информации о Харрисе и Клеболде, некоторые люди начали интерпретировать их поступки как протест против общества и системы, а также как стремление к вызову статус-кво.

Символика

Определенно четкой символики у субкультуры Колумбайн не наблюдается, за исключением разных видов оружия. Также из-за явной коллективной травмы, в Америке все больше стали освещать проблему в популярной культуре, иногда в комичной форме: отсылки в сериалах (таких как «Американская история ужасов», «ОА», «Бесстыжие») и т.д.

В 2005 г. появилась компьютерная игра про колумбайн, в которой нужно было расстрелять как можно больше людей.

Датой скулшутинга в Колумбайне является день рождения Гитлера (до конца не известно, была ли она выбрана специально).

Внешний вид

Внешний вид последователей этой субкультуры может варьироваться, но, если говорить о непосредственных подражателях, они, как правило, выбирают одежду, похожую на ту, в которой были скулшутеры в Колумбайне: например, так выглядел Владислав Росляков, который совершил массовое убийство в керченском колледже.

Музыка

Музыка, ассоциируемая с субкультурой Колумбайн, может включать в себя агрессивные жанры, такие как индастриал, рок и панк-рок.

Песней-гимном готовых взорваться изгоев считается «Pumped up kids», которая приобрела невероятную популярность в том числе за пределами субкультуры. Авторы композиции хотели привлечь внимание общественности к проблеме, но в итоге возник совершенно другой эффект.

Слоганы

К самым популярным цитатам, которые могут быть использованы приверженцами субкультуры можно отнести следующие:

«Удалить свою жизнь» – фраза, употребленная Михаилом Пивневым на странице Вконтакте, предупреждающая о последующих событиях.

«Я – бог/Ich bin Gott» – цитата из дневника Эрика Харриса.

«Прирожденные убийцы/NaturalBornKillers/NBK» – фраза, использованная в Колумбайне.

«Естественный отбор/Natural Selection» – надпись на футболке Эрика Харриса.

Помимо использования вышеприведенных цитат можно обратить внимание и на другие визуальные маркеры. Так, для оформления своих социальных сетей часто могут быть использованы фото и имя Дилана и Эрика, а также других «колумбайнеров», цитаты из манифеста. На странице могут присутствовать фотографии оружия или другие фотографии с насильственной тематикой. Аккаунт может содержать расистские или нацистские оскорбления.

Также в качестве выбора одежды «колумбайнеры» часто используют предметы из образов других «стрелков» – «Natural selection», «We are KMFDM». В целом визуальный стиль «колумбайнеров» можно охарактеризовать как стиль милитари, а именно высокие ботинки («берцы»), преобладание в одежде

черных и красных цветов, кожаные изделия, перчатки без пальцев, клетчатые рубашки.

К числу тревожных увлечений потенциального «колумбайнера» можно отнести не только интерес к самой субкультуре и ее «героям», но также и другие сферы, связанные с насилием или суицидальной тематикой: *мизантропическая идеология, маньяки и серийные убийства, террористические организации, суицид, «синий кит», нацизм, расизм, сатанизм, неоязычество, агрессивный атеизм, огнестрельное оружие, порнография, жестокое отношение к животным.*

Все эти маркеры, демонстрирующие группу интересов молодого человека, делают его уязвимым для вступления в субкультуру Колумбайн.

Существует ряд вербальных маркеров, которые могут свидетельствовать о приверженности молодого человека к «Колумбайну». Можно выделить две группы маркеров – слова-призывы (слова и словосочетания, содержащие призывы и угрозы деструктивной деятельности по отношению к миру, людям и самому себе) и слова-стигмы (устойчивые слова и словосочетания, наиболее часто используемые последователями субкультуры для демонстрации своего отношения к миру, людям, себе, оружию и идеологии в целом).

Отношение к миру часто демонстрируется следующими маркерами:

1. Слова-призывы: «Была бы у меня возможность уничтожить все, я бы без раздумий сделал это», «Нужно уничтожить всех недоразвитых людей», «Мир - выдумка», «Ненавижу общество», «Естественный отбор».

2. Слова-стигмы: анархизм, неонацизм, хаос, ненависть к человечеству, солипсизм.

Маркеры, отражающие отношение к людям:

1. Слова-призывы: «Хочу убить всех», «Завтра вы удивитесь, что я сделаю», «Они должны поплатиться за все», «Организуем бойню», «Завтра принесу чехол от гитары», «Скоро вы все будете умирать».

2. Слова-стигмы: биомусор/биомасса, естественный отбор, ненависть, месть, черви, мясо.

Отношение к себе прослеживается в следующих маркерах:

1. Слова-призывы: «Меня стоит изолировать от общества», «Я хочу, чтобы все страдали, как и я», «Я должен это сделать», «Я не боюсь смерти, я и есть смерть», «Буду как Пивнев, буду как Росляков», «Делит май лайф».

2. Слова-стигмы: я – псих, воин, я есть Бог, сверхчеловек, ничтожество.

Все эти фразы были сказаны или использовались известными последователями субкультуры «Колумбайн» во время преступления, за какое-то время до него или в манифестах. Использование их, а также схожих по смыслу или посылу фраз, не говорит о точной вероятности свершения будущего преступления, однако требует внимания.

Подводя итоги, можно составить условный портрет российского «Колумбайнера»:

1. Молодой человек в возрасте 14-20 лет.
2. Семья внешне достаточно благополучная (иногда неполная).
3. Средняя успеваемость в учебном заведении, однако интеллект иногда выше, чем у сверстников (что позволяет вводить в заблуждение психологов и психиатров).
4. Отчужденный, тревожный, инфантильный.
5. Завышенные ожидания относительно семьи, школы, общества и мира в целом.
6. Может наблюдаться депрессивный фон.
7. Склонен к скрытой или явной агрессии, циничным высказываниям и чрезмерной жестокости.
8. Не всегда является жертвой травли, иногда выступает в качестве защитника издевательств над другими.
9. Разделяет идеи расизма, нацизма, национализма, сатанизма.
10. Придерживается мизантропической идеологии, которая проповедует ненависть ко всему человечеству.

11. Считает себя сверхчеловеком или богом, что дает ему право убивать «неугодных».

12. Интересуется информацией, содержащей описание методов и способов убийства/самоубийства/изготовления оружия и взрывчатки.

13. Шутит на тему убийств, составляет списки будущих жертв («Тетрадь ненависти»).

14. В социальных сетях в качестве аватарок и статусов использует фотографии известных скулшутеров, серийных убийц, даты нападений (20.04.1999, 17.10.2018 и др.).

15. Внезапное удаление аккаунта.

16. Может иметь проблемы с психическим здоровьем, допустимы психические симптомы.

Данный портрет представляет собой сборник общих черт российских «колумбайнеров», совершивших преступление. Однако стоит помнить, что могут иметь место и отступления от типичного образа, а также его частичное видоизменение.

Таким образом, мы можем проследить целый ряд общих закономерностей в демонстрации своего поведения, а также общие психоэмоциональные признаки известных «колумбайнеров». Все это позволяет определить ряд маркеров, требующих внимания и свидетельствующих о возможной принадлежности молодого человека к данной субкультуре. Однако стоит помнить, что лишь один интерес еще не делает ребенка преступником, а лишь свидетельствует о его возможном одиночестве и желании протеста. Вступление в подобные субкультуры часто может становиться кажущимся единственно возможным способом найти «свое» окружение и высказаться. Эти молодые люди нуждаются в особом внимании, однако не с мотивацией страха, а, в первую очередь, с мотивацией помощи.

ОКОЛОФУТБОЛЬНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ

Футбольные хулиганы. Ультрас

История зарождения

Субкультура футбольных хулиганов берет свое начало в Британии, как и сам футбол. В XIX веке, когда игра только зарождалась, не было принципиальной разницы между игрой и дракой: «футболисты» играющих команд зачастую сходились в побоищах формата «стенка на стенку». Тем же занимались и болельщики. Однако в привычном нам современном формате субкультура стала зарождаться в 1950-е годы в Британии. Ввиду того, что для молодёжи с рабочих окраин крупных промышленных городов футбол был чуть ли не единственной формой доступного досуга, формы активной поддержки болельщиков зачастую приобретали девиантные черты. Так, до и/или после матчей команд из соседних городов поддержка команд, как правило сводилась к дракам формата «стенка на стенку».

Общенациональный характер околофутбольное хулиганство получило с распространением традиции массовых выездов – посещения болельщиками гостевых (выездных) матчей своих команд. К середине 1960-х годов околофутбол стал уверенно отождествляться с полукриминальными разборками с целью выявить сильнейшего, тогда же порядка 70 % посетителей футбольных стадионов отождествляли себя с футбольным насилием¹. Британские власти, осознав серьезность проблемы ужесточили уголовное законодательство в вопросах преследования за хулиганские выходки фанатов. Полиция внедряла своих людей в структуру фанатских группировок. В 1970-е годы технический прогресс позволил правоохранителям с помощью записей с камер наружного наблюдения выявлять личности нарушителей, что, тем не менее, не позволило искоренить проблему. Отметим, что меры контроля позволили

¹ Бримсон Д. Фанаты (Eurotrash: The rise and rise of Europe's football hooligans). СПб.: Амфора, 2005. С. 17.

сместить эпицентр происшествий с футбольных стадионов в места, скрытые от посторонних глаз. Так, фанаты могли устроить драку в заранее оговоренном месте, где-нибудь на безлюдной окраине города.

Особо стоит отметить, что ввиду расширения формата проведения европейских международных клубных турниров, околофутбольная субкультура получила широкое распространение за пределами Британии. Особо «отметились» в этом фанаты клубов из Италии, ФРГ, Югославии, Польши и Турции. В самой же Британии своеобразной точкой невозврата фанатского движения стала трагедия на стадионе «Эйзель».

29 мая 1985 года в Брюсселе состоялся финал Кубка европейских чемпионов (самый престижный клубный турнир мира, ныне – Лига чемпионов) между «Ливерпулем» (Англия) и «Ювентусом» (Италия). Обветшалый стадион «Эйзель» не соответствовал требованиям безопасности. При этом организаторы матча допустили нахождение активных фанатов обеих команд в соседних секторах, разделенных хрупким забором. В процессе игры фанаты «Ливерпуля» сначала забрасывали болельщиков команды-соперника всем, что попадалось под руку, а затем и прорвались к фанатам «Ювентуса» для выяснения отношений; завязалась драка – в ход шли кулаки, подошвы, железные прутья и т.д. В итоге 39 человек погибли после того, как рухнула стена сектора: конструкция не выдержала напора нахлынувших на неё итальянцев, которые под давлением англичан оказались в ловушке. После обрушения на стадионе образовалась большая давка, в которой погибли ещё несколько десятков человек.

Эта трагедия повлекла жесткие санкции в отношении английского футбола: все клубы этой страны отстранялись от еврокубковых турниров на 5 лет, а «Ливерпуль» – на 6 лет. Были введены специальные меры в отношении правил нахождения на стадионе – вплоть до запрета нахождение на трибуне стоя, существенно увеличено количество полицейских на стадионах во время матчей, причем им было позволено применять силу в отношении всевозможных нарушителей.

На данный момент проблема английских фанатов фактически не стоит, за редким исключением, когда те на матчах сборных могут позволить себе нарушать порядок. Однако былой мощи они не демонстрируют, о чем свидетельствуют события июня 2016 года в Марселе, где после матча сборных Англии и России они столкнулись с российскими ультрас. Последние отличались слаженностью действий и уверенно «победили» своих английских противников.

Фанаты в Европе. Балканы

В 1980-х годах громко заявляют о себе югославские фанаты. Наиболее известные группировки или «фирмы» (так они сами себя называют) были из Сербии и Хорватии (тогда еще в составе СФРЮ): «Делие» у «Црвены Звезды» (г. Белград), «Гробари» у «Партизана» (г. Белград), «Bad blue boys» у «Динамо» (Загреб) и «Торсида» у «Хайдука» (г. Сплит).

13 мая 1990 года состоялся «матч ненависти» – игра чемпионата Югославии между загребским «Динамо» и белградской «Црвеной Звездой». Матч проходил на стадионе «Максимир», вмещающим свыше 37 тысяч человек. В тот день свободных мест не было. Поддержать свою команду из Белграда прибыло около трёх тысяч ультрас Делие. Обстановка была весьма накалённой из-за того, что всего за несколько недель до матча в пока ещё союзной Хорватии прошли независимые выборы, на которых победили радикальные сторонники независимости во главе с сепаратистом Туджманом. Столкновения между фанатами начались ещё до матча, на улицах Загреба. Но настоящее побоище произошло уже на «Максимире». Едва команды вышли на поле, как фанаты вступили в агрессивную перекличку. Сербы скандировали «Загреб – сербский» и «убьём Туджмана», хорваты отвечали старым лозунгом усташей «Сербов на вербу».

Делие кинулись в атаку на Bad blue boys. И те и другие принялись забрасывать друг друга оторванными стульями. В схватку вмешалась полиция, которая попыталась оттеснить фанатов, встав между ними. Видя, что дело принимает сквер-

ный оборот, организаторы матча увели команды в подтрибунное помещение. Однако, некоторые футболисты решили присоединиться к сражению, в частности один из лидеров хорватской команды Звонимир Бобан, недовольный действиями полиции, с размаху ударив ногой одного из полицейских.

Матч транслировался в прямом эфире по югославскому телевидению, и многие в Сербии и Хорватии убеждены, что именно тот день стал точкой невозврата в распаде Югославии. В дальнейшем именно ультрас Делие составит основу для элитного подразделения на полях балканских войн – «Арканови тигрови» (тигры Аркана, сербохорв.). Аркан, он же Желько Ражнатович, в конце 1980-х возглавлял фанатское движение «Црвены Звезды», именно он руководил действиями ультрас 13 мая 1990 года.

Ж. Ражнатович, несмотря на тесные связи его отца с И. Тито, в молодости избрал криминальный путь. Он сколотил банду, занимавшуюся грабежами банков в Европе, там же несколько раз отбывал наказание. Однако в самой Сербии Аркан обладал высоким авторитетом. Когда в 1991 г. на территории Югославии началась война, Аркан сумел привлечь в качестве военных инструкторов для ультрас опытных бойцов французского иностранного легиона (самый известный Милорад Улемек – «Легия»), что позволило получить очень боеспособные, а главное дисциплинированные и высокомотивированные подразделения. Доказательств сотрудничества Ражнатовича с официальными сербскими властями нет, однако многие в стране убеждены в обратном. Действительно, Аркану позволялось многое: власти закрывали глаза на полулегальные казино и многие другие околориминальные сферы деятельности. В 2000 году Сербию накрыла череда политических убийств, что в октябре того же года спровоцировало т.н. «бульдозерную» цветную революцию, по итогам которой в стране был сформирован прозападный кабинет правительства. В январе 2000 года в холле отеля «Интерконтиненталь» был застрелен и Желько Ражнатович. Заказчик убийства до сих пор не найден.

Тесная связь футбола, политики и социальных отношений отразилась и на субкультуре сербских ультрас. Так, выбор любимой команды – зачастую выбор круга общения и фактически дальнейшего образа жизни. Гробари (ультрас «Партизана») имеют прокоммунистическую и панюгославскую направленность, а «Делие» (ультрас «Црвены Звезды») – сербскую националистическую.

Участие в фанатской группировке может предоставить возможности для дальнейшей социальной мобильности. Так, нынешний президент Сербии Александр Вучич в молодости был активным членом Делие, а по непроверенным источникам участвовал в побоище в «матче ненависти» в 1990 году. Между фанатскими группировками могут быть крайне неприязненные отношения. Гробари и Делие ненавидят друг друга, в то же время обе группировки одинаково ненавидят ультрас «Воеводины» (Нови Сад). Если игрок одной из команд переходит в стан соперника, то от также становится объектом ненависти. Так случилось с воспитанником «Црвены Звезды» Владимиром Стойковичем, в 2010 году оказавшимся в «Партизане». Ему придумали обидные прозвища «Мустафа»¹ и «Янычар»², а на его почту регулярно приходили угрозы убийством, совершались реальные покушения.

Сербские ультрас имеют тесные связи с российскими как на уровне клубов, так и на уровне сборных.

Сербские ультрас в высокой степени политизированы: на международных матчах с украинскими командами в любом виде спорта сербы вне зависимости от клубных пристрастий напоминают фанатам соперника о своей тесной связи с Россией, устраивая пророссийские акции в виде баннеров и распевания «Катюши» всем стадионом.

¹ В легенде о Косовской битве 1389 года, составляющей один из столпов сербской нации Мустафой звали сербского перебежчика, в разгар битвы перешедшего на турецкую сторону.

² Так назывались османские воины в большинстве случаев славянского происхождения. Отличались чрезвычайной жестокостью по отношению к славянским народам Балкан.

Российские ультрас также часто принимают участие в поддержке сербов. На чемпионате мира по футболу, проходившем в России в 2018 году, сборную Сербии поддерживали как свою, а на матчах Российской премьер-лиги часто можно встретить баннеры в поддержку Сербии в косовском вопросе.

Не только в Сербии ультрас выражают политическую позицию. Хорватские фанаты всячески поддерживают идею независимой Хорватии, часто используя символику усташей (*хорватская фашистская ультраправая, клерикальная, этно-националистическая организация, основанная Анте Павеличем в 1929 году в Италии*). Также пребывают в хороших отношениях с украинскими ультрас, которые тоже любят брать нацистскую идеологию за основу своей поддержки.

Об антисербских и антиправославных настроениях в хорватском футболе могут свидетельствовать некоторые факты. На чемпионате мира 2018 года, проходившем в России, перед серией пенальти четвертьфинального матча Хорватия – Россия вратарь хорватской сборной Даниэль Субашич (наполовину серб) был подвергнут оскорблениям и травле со стороны болельщиков своей страны за то, что будучи православным наложил на себя крестное знамение по православному обычаю. Несмотря на то, что Хорватия прошла дальше, а сам Субашич отбил решающий пенальти от российского нападающего Федора Смолова, болельщики призывали отстранить вратаря от сборной. При этом гостевой комплект формы хорватской сборной на том чемпионате был нетрадиционно для цветов флага этой страны черным, что многими были воспринято как отсылку к форме усташей.

После поражения сборной России в упомянутом матче отличились и официальные лица сборной Хорватии. Защитник сборной Домагой Вида и член делегации Хорватии Огнен Вукоевич (оба по несколько лет провели в составе киевского «Динамо») после победы своей команды записали видео, где кричали лозунги «Слава Украине» и «Гори, Белград».

Ранее футболисты сборной Хорватии также участвовали в нацистских скандалах. Так, защитник Йосип Шимунич после

победного матча своей команды в 2013 году взял микрофон и на весь стадион крикнул: «Za dom!», трибуны хором ответили: «Spretni!» [приветствие хорватских усташей]. А в 2006 году на игре Италия – Хорватия болельщики образовали на трибунах своими телами свастику.

Постсоветское пространство

Культура футбольных болельщиков в Советском Союзе отличалась от европейской. Дело в том, что болельщики долгое время воздерживались от массовых посещений выездных матчей своей команды. В 1978 году первопроходцами стали болельщики московского «Спартака», в 1979-м первый организованный выезд совершили болельщики ЦСКА, а в 1980-м – киевского «Динамо». Однако ввиду отсутствия практики массового посещения выездных матчей в еврокубках отечественные болельщики не отличались агрессивными околофутбольными нравами, а хулиганские выходы имели единичный характер.

Ситуация изменилась к моменту распада Советского Союза. В 1990 году, за год до развала страны, из всех футбольных лиг СССР вышли команды из Грузии (кроме абхазских «Динамо» из Сухуми и «Динамо» из Гагры), Литвы и Эстонии.

После распада Советского Союза каждая бывшая союзная республика организовала свой чемпионат, но сильнейшими были российский и украинский, что неудивительно, учитывая, что в 1991 году в Высшей лиге СССР 12 из 16 команд представляли РСФСР (6) и УССР (6).

Украинские фанаты переняли многое от англичан, начиная от стиля одежды и заканчивая традиционным для них насильем. Сама игра стала отходить на второй план, а целью становились околофутбольные события. Однако в отличие от англичан украинские фанаты были крайне политизированы. Когда в марте 2001 года оппозиционеры вышли на уличные митинги против тогдашнего президента Леонида Кучмы, ультрас киевского «Динамо» их поддержали. В тех уличных беспорядках фанаты вели себя крайне агрессивно, что вылилось в драки с органами правопорядка. Динамовские ультрас «отметились»

и годом позже, разгромив 13 апреля 2002 года киевскую синагогу и выкрикивая при этом антисемитские лозунги. Примечателен возраст участников погрома: от 16 до 20 лет, т.е. это были уже не воспитанники советской культуры, а новой украинской. Ко времени событий Евромайдана 2013-2014 годов многие из них, достигнув зрелого возраста, выходили на протестные акции, а впоследствии ехали на Донбасс в составе карательных подразделений.

Однако еще до событий Евромайдана украинские ультрас явно демонстрировали приверженность идеям неонацизма. Примечательно, что если поначалу к таковым можно было отнести ультрас из городов западной и центральной Украины, то позднее к ним присоединились и мощные фанатские группировки донецкого «Шахтера» и харьковского «Металлиста». Появление на секторах флагов «Правого сектора» и портретов известных украинских нацистов никак не пресекалось правоохранительными органами Украины.

Отметим роль фанатских объединений в событиях Евромайдана. Несмотря на начало протестов в ноябре 2013 года, ультрас организованно присоединяются к ним в январе 2014 года. До этого были отмечены лишь единичные случаи. При этом первоначально костяк составляют фанаты футбольных клубов Западной Украины. Вообще, в вопросе трансформации Украины в Анти-Россию трудно переоценить фактор украинских околофутбольных движений, ставших ударной силой неонацистских идеологов.

Идеология российских ультрас

Российские околофутбольные группировки в большей степени сконцентрированы на межклубной борьбе. Зарождаясь в 1990-е, отечественная околофутбольная субкультура кардинально отличалась от советской, однако в отличие от украинской была гораздо менее политизирована. Можно выделить две ключевые формы противостояний между новыми группировками: открытую и закрытую. В рамках открытого противостояния ультрас во время матчей вывешивают клуб-

ную символику, баннеры, проводят **перформансы** (скандирование речовок, пение песен, огненные шоу и т.п.). Происходит это на специально отведенных трибунах, на которых установлен специальный мостик для заводящего. Сектора домашних и гостевых ультрас, как правило, располагаются диаметрально противоположно друг к другу, чтобы избежать риска столкновений.

Согласно неписанным футбольным правилам, представители фанатских группировок не выясняют отношения с рядовыми болельщиками, которых называют «**кузьмичи**». Однако есть и закрытая форма фанатских противостояний – т.н. «**третьи таймы**» или «**забивы**». Фактически это драки в формате стенка на стенку, обычно проводимые за пределами городов, вне зоны доступности случайных очевидцев. Как правило, условия драки и число участников определяется заранее. Например, драться могут как на кулаках («**без говна**» – сленг.), так и с использованием предметов в качестве оружия, такими как арматура, ножи и т.п. («**с говном**» – сленг.). Ключевые участники фанатских объединений называются «**основа**». Отношения между ультрас могут быть как дружескими, так и враждебными. Так, между фанатами ЦСКА и московского «Динамо» установлены дружеские отношения, в то же время как с фанатами московского «Спартака» – крайне враждебные. Однако группировки могут объединяться для достижения локальных целей. Во время игр сборной России на Евро-2012 в Варшаве российские фанаты в ответ на провокации польских фанатов устроили массовую драку.

Ударом по фанатскому движению стало внедрение на матчах Премьер-лиги паспорта болельщика (FanID или фанайди) – электронного документа, наличие которого необходимо для посещения матчей. Документ позволяет идентифицировать любого посетителя футбольного стадиона, находящегося на трибуне. Ультрас почти всех клубов страны выступили категорически против законопроекта, однако с 2022 года электронный паспорт болельщика внедрен. В большинстве

фанаты перестали посещать матчи Премьер-лиги, ограничиваясь матчами Кубка России, где документ не требуется.

Однако заметим, что участники околофутбольных разборок не всегда посещают футбольные матчи и зачастую не следят за успехами своей команды. Для некоторых целью нахождения в составе группировки является именно возможность участия в «забивах». Этот факт привлекает в околофутбольную среду не ценителей футбола, а желающих просто подраться.

Оффники

Приблизительно в 2010-х гг. проявилась тенденция проникновения околофутбольных правил поведения в школьную среду, которые трансформируются в субкультуру «**Оффников**», которую иногда отождествляют с околофутболом. Отметим, однако, что с футболом эта субкультура имеет мало общего: она скорее представляет собой видоизмененную субкультуру «гопников» из 1990-х и 2000-х. Однако если гопники были выходцами из неблагополучной социальной среды, то оффники зачастую имеют возможность покупать дорогую одежду («топовый шмот» – сленг.), это же, по их мнению, дает им право предъявлять претензии тем («предъявить за шмот» – сленг.), кто одет в неоригинальную одежду некоторых брендов («паль» – сленг.), которые они считают своими.

Оффники считают, что ношение подобных брендов означает принадлежность к их субкультуре, поэтому все, кто одет в одежду этих брендов, должен обосновать свое право на это. Примечательно, что оффники выбирают жертву, которая заведомо слабее и не сможет адекватно ответить на предъявляемые претензии.

Оффники ассоциируются как правило с группой подростков, которая «тусуется» в определённом районе или торговом центре. Если найдётся повод, они подерутся. В первую

очередь они провоцируют сверстников. Описанные случаи поводов – «предъявить за шмот» самые распространенные, но не единственные: могут «спросить за футбольные пристрастия» («за какие цвета стоишь?», «к какой конторе/фирме относишься»), а также используют абсолютно «гопнические» поводы («ты с какого района?»). Оффники предпочитают слушать рэп, поэтому считают неуместным прослушивание иных жанров сверстниками, что может дать повод завязать конфликт со сверстниками («что за мелодия у тебя на звонке», «что в наушниках играет?»).

Также в составе групп оффники могут оскорблять или даже нападать на так называемых «нефоров» (неформалов) – представителей других субкультур, имеющих внешний вид, отличный от общепринятого. Нередки случаи, когда оффники, учащиеся в школе, выбирают жертву среди своих одноклассников, как правило, наиболее слабых.

Оффники обычно не посягают на имущество оппонентов, им интересен прежде всего сам конфликт. Впрочем, иногда они могут отнять у жертвы приглянувшуюся одежду либо «наказать» жертву, «конфисковав». Повод для конфликта оффники могут найти вполне справедливый, например, возмездие за обиду, причиненную знакомой девушке.

Фактически оффники представляют собой сочетание трех субкультур:

1) футбольных фанатов, от которых взято только название¹ и некоторые термины;

2) «гопников» (АУЕ), которые в отличие от оффников были не прочь поживиться имуществом жертвы и используют насилие для грабежей и доминирования;

3) «мажоров» – позднесоветской субкультуры «золотой молодежи» – детей номенклатуры и работников торговли,

¹ Существует как минимум две трактовки происхождения названия субкультуры: 1) от футбольных хулиганов, тогда название пишется, как «ОФники» (где «ОФ» означает околофутбол); 2) от английского «off-», означающее отрицание или отсутствие чего-либо.

подчеркнуто кичившихся брендовой заграничной одеждой перед сверстниками. Время широкого распространения этой субкультуры – 2010-е гг. Сейчас, судя по всему, это уже реликтовая, «уходящая» субкультура, что возможно связано с тем, что активные носители этой субкультуры выросли, а те, кто пришел им на смену оказались во власти уже других субкультурных течений.

2.2 ЭМОЦИОНАЛЬНО-ЦЕНТРИРОВАННЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ

Хотел бы я купить себе немножко счастья, если его где-нибудь продают
Э. Хемингуэй «Старик и море»

Говорят, счастье скучно, но это потому, что скучные люди нередко бывают очень счастливы, а люди интересные и умные умудряются отравлять существование и себе, и всем вокруг
Э. Хемингуэй «Острова в океане»

АНИМЕ

Аниме (от англ. animation – «анимация») – японская мультипликация. В отличие от мультфильмов других стран, предназначена в основном для просмотра молодежью. Большая часть выпускаемого аниме рассчитана на подростковую и взрослую аудитории, и во многом за счёт этого имеет высокую популярность в мире.

Аниме отличается характерной манерой отрисовки персонажей и фонов. Издаётся в форме телевизионных сериалов, а также фильмов, распространяемых на видеоносителях или предназначенных для кинопоказа. Сюжеты могут описывать множество персонажей, отличаться разнообразием мест и эпох, жанров и стилей.

Субкультура аниме («анимешники», «отаку») – относительно новое явление для российского общества. Данная субкультура базируется на аниме (японской анимации) и манге (японские комиксы) и предполагает некоторую специфическую картину мира, сленг, черты внешнего облика, специфические виды деятельности и т.д.

Аниме в России впервые появляется в середине 1980-х годов, когда на волне потепления международных отношений в СССР были привезены несколько классических детских фильмов студии «Тоёи»: «Летающий корабль-призрак», «Кот в сапогах» и некоторые другие. Одним из самых популярных в 1990-е годы стал аниме-сериал «Красавица-воин Сейлор Мун» (русское название – «Луна в матроске»), который демонстрировался в переводе с японского. Также аниме можно было найти и на «пиратских» видеокассетах.

Основные признаки субкультуры аниме

1. **Картина мира.** Представители субкультуры аниме зачастую видят мир «в радужных красках». Они могут быть довольно впечатлительны и беззаботны. Также можно отметить то, что многие представители данной субкультуры в той или иной степени уходят от реальности, отказываются воспринимать мир таким, какой он есть.

2. **Особые ценности.** Для представителей данной субкультуры ценностью, пусть и не самой главной, оказывается аниме и всё, что с ним связано. На это они готовы тратить существенные деньги и время, просмотр аниме становится чем-то вроде смысла жизни. Значение же других ценностей может существенно понижаться.

3. **Специфические виды деятельности.** Для приверженцев описываемой субкультуры характерна включённость в специфические виды повседневной деятельности: просмотр аниме, чтение манги, тематическое творчество, тематические собрания и вечеринки, косплеи, воплощение образов персонажей аниме, манги, компьютерных игр, изучение японского языка и культуры, коллекционирование значков, плакатов, фигурок и иной аниме-атрибутики.

4. Стиль одежды, внешний вид. Представители субкультуры аниме зачастую демонстрируют свою включённость в субкультуру посредством разнообразных аксессуаров с аниме-символикой. Однако по данным исследования, проведённого в 2013 году, чуть более 50 % представителей данной субкультуры, никак не проявляют во внешнем виде свою принадлежность к ней. Те, кто как-либо демонстрируют свою включённость в субкультуру аниме посредством внешнего облика, зачастую делают это с помощью разнообразных аксессуаров с аниме-символикой (33,5 %), реже – с помощью специфической причёски или цвета волос, одеждой с аниме-символикой и косплей-одеждой вне косплей мероприятий. Эти средства демонстрации принадлежности к своей субкультуре могут использоваться постоянно, либо время от времени.

5. Язык, сленг. Сленг анимешников содержит различные термины, связанные с аниме и мангой, слова на японском языке (например, «охаё» – доброе утро, «аригато» – спасибо, «гомен» – простите и т.д.) Также к особенностям сленга относятся так называемые «японские смайлы», например: T_T – печаль, слёзы. По данным исследования, специфической сленг употребляют в речи более 85 % представителей субкультуры. При этом, почти 60 % отметили, что используют сленг редко. Можно предположить, что представителями данной молодёжной субкультуры специфический сленг используется чаще всего в «своей среде», то есть при общении с себе подобными.

Граффити в стиле аниме встречаются довольно редко, причем большая их часть – это полноценные муралы¹, хорошо продуманные и нарисованные по готовому эскизу.

¹ Мурал – это произведение искусства, нарисованное на стенах внутри зданий или снаружи.

НЯШКИ

Происхождение

Термин «няшки» возник от японского “ня”, что на русский переводится как «мяу». В России слово няшный достигло пика своей популярности в 2017 году и означало очень милый.

Субкультура няшек по сути своей есть продолжение субкультуры ванилек, которая была популярна в нулевые. Быть няшкой значит гиперболизировать милые вещи в своих нарядах, речи, поведении, интересах и т.п.

Одежда

Няшки предпочитают яркие выделяющиеся цвета, особенно розовый, фиолетовый, жёлтый и голубой. Часто используют такие аксессуары как чулки, гетры, ободки, заколки, любую милую бижутерию. Часто отрачивают длинные волосы и красят их в неестественные яркие цвета и заплетают их в различные причёски. Используют яркий макияж, в особенности тени для глаз и румяна, чтобы сделать милый застенчивый образ.

В своих образах няшки часто используют вещи с принтом таких персонажей как hello kitty, Hatsune Miku, персонажей из мультфильма My little pony friendship is magic, персонажей различных аниме.

Из геометрических фигур использует сердца, звёзды и короткие чёрточки, имитирующие конфетти.

Важным аспектом является обработка фотографий – няшки всегда используют очень много фильтров.

Интересы

Любимый музыкальный жанр няшек – это поп-музыка, особенно корейская и японская. Это песни с наигранно милой мелодией и лирикой, например, песня южнокорейской поп-группы Твайс «ТТ».

Няшки предпочитают смотреть милые передачи, которые обычно выпускаются для детей, например, «Лалалупси», «My little pony», «Винкс» и другие.

Увлечения

Няшки часто рисуют, занимаются рукоделием, танцуют и коллекционируют какие-либо милые вещи (например, игрушки из киндер-сюрпризов).

Няшки не представляют никакой угрозы, поскольку несут в себе исключительно милый и позитивный образ. Единственное, они вызывают агрессию у представителей агрессивных субкультур, поскольку выглядят ярко, а не традиционно (в особенности мужчины).

АЛЬТУШКИ (АЛЬТ)

Субкультура **альт** появилась сравнительно недавно, в 2020 году. Тогда в соцсети Tik Tok пользователи начали условно разделяться на две категории:

1. «Стрейт». Это те, кто потребляют мейнстримный, т.е. популярный контент. Такие люди следуют моде, слушают трендовую музыку, снимают короткие видео в соцсети, запускают флешмобы. В общем делают все, что интересно массовой аудитории в настоящий момент.

2. Движение «альт» же противопоставляется «стрейту» и воспринимается как контркультура. В нее входят люди, которые выступают против всего популярного в обществе. По сути, представители движения вобрали в себя признаки других молодежных течений начала нулевых, таких как «эмо», готы», панки и прочие. Они стараются выглядеть нестандартно и вычурно. Увлекаются наиболее локальными хобби, потребляют контент «не для всех».

Спустя время закоренелый образ представителей «альт» стал высмеиваться в интернете и применяться к девушкам. Произошло это после того, как в Tik Tok было опубликовано видео, где школьница с белым гримом на лице ругалась со своей бабушкой. Тогда завирусилась фраза девочки в адрес женщины: «Эй, тянка, шаришь за альт?».

После этого и появился термин «альтушка», как бы иронизирующий над всеми представителями движения «альт», старающимися выделяться из общества. Как раз тогда термин и стал включать в себя собирательный образ девочки с гримом на лице, черными оттенками в одежде, яркими волосами, футболками с принтами и другими выделяющимися особенностями.

У альтушек нет как таковых убеждений, кроме как отличаться от общества разнообразными способами: внешним видом, увлечениями, музыкой и некоторыми убеждениями.

Для некоторых людей альтушки несут негативный характер. С одной стороны, это связано с их необычным образом, цветом волос и одежды. С другой, с тем, что некоторые из них потребляют наркотические вещества и изображают или страдают психиатрическими расстройствами.

Обычно представители движения «альт» романтизируют ментальные проблемы, в особенности, депрессию. Из-за чего складывается впечатление, будто они выступают за деструктивный образ жизни. Этому способствуют разговоры «альтушек» на тему смерти и причинению вреда собственному здоровью (селфхарм). Все это воспринимается в негативном ключе.

АУТОАГРЕССИЯ В СТИЛЕ ТЕХНО: «ДРЕЙНЕРЫ» (ДРЕЙН)

Субкультура **дрейн**, также известная как «деградо» или дрейн-тикток, стала развиваться в США и Великобритании в 2010-х годах и основывалась на идеологии деградации, трансгуманизма и киберпанка.

История. Данная субкультура связана с творчеством Drain Gang – сообщества шведских музыкантов, выступающих в стиле cloud-rap, модельеров и дизайнеров, созданного в 2013

году. Уже в 2021 году, когда к движению начали присоединяться всё больше людей, у них появилась собственная атрибутика, которая сформировала образ последователей субкультуры.

В сленге часто употребляется слово «drain», что значит – опустошение или истощение. Так подростки описывают свое состояние, которое напоминает легкую грусть, эмоциональную усталость. Это некая философия, определенное отношение к жизни и к окружающим. Существует второе значение этого слова – бездельник, человек, ничем не увлеченный и не заинтересованный.¹

Идеология. Дрейнеры – это своеобразный современный симбиоз субкультур «эмо» и «готов». Они отличаются мрачным восприятием действительности, депрессивными состояниями, отстраненностью и необщительностью², жалуются на жизнь, но не пытаются ее изменить.

Для мировосприятия дрейнеров характерны грусть, подавленность, чувство ненужности, социофобия, измотанность неразделенной любовью и т.д.³ Образ их жизни базируется на ощущениях и экспериментах над своим телом, которые основываются на боли и наслаждении. Также дрейнеры могут использовать татуировки, пирсинг и другие формы модификации тела.

Музыка. Одним из главных символов дрейн-движения является хэштэг *#DrainGang*, в свою очередь связанным с музыкальным коллективом Drain Gang, который предпочитают слушать представители данной субкультуры. Благодаря видео-ремиксам на песни этого коллектива в ТикТоке, субкультура получила свою популярность среди молодежи. Также в

¹ Эстетика «Drain» и ее влияние на звук современной поп культуры. URL: <https://deziign.ru/project/bcf5c9ec571c4326a343aec484c0ff76?ysclid=m4qx13ab1k288411280>

² Величко Д.Д., Титов Е.С. Криминологические аспекты интернетизации современной молодежной субкультуры // Молодой ученый. 2023. № 16 (463). С. 164-166.

³ Чурилов С.А., Лупин М.Н. Современные молодежные субкультуры: исследование ЦИСМ. Обзор. НЦПТИ. 2024. № 1 (36). С. 6-23.

данной субкультуре можно встретить и кибернетические композиции других исполнителей. Дрейн звук, как правило, спокойный и грустный. Треки имеют умиротворяющий тон, сами артисты используют более монотонную подачу.

Возраст участников субкультуры дрейнеров – от детского до юношеского (8-23 года), но основную массу составляют подростки.

Внешний вид. Представители субкультуры предпочитают необычный и экстравагантный стиль. В качестве одежды парни выбирают лаконичные черные футболки и черные джинсы. При этом можно встретить и эксперименты со светящимися элементами и нешаблонными крашенными джинсами.

Девушки также придерживаются экстравагантного стиля и в одежде предпочитают:

1. черные футболки с белым принтом;
2. короткие пышные юбки;
3. черные худи с надписями в готическом стиле;
4. стильные черные платья;
5. лонгсливы в черную и белую полоску;
6. белые кроссовки с черными плотными и высокими гольфами;
7. черные лоферы на высокой подошве.

В качестве аксессуаров используются цепи, чокеры, браслеты, объемные шарфы.

И парни, и девушки привязаны к парным вещам с минималистичной концепцией, а их цвет преимущественно имеет черный или ржаво-коричневый цвет. Так же некоторые из них носят кожаные или промышленные вещи.

Волосы обычно растрепанные, окрашенные в черный или неестественные цвета (розовый, серый, красный и т.д.).

Субкультура дрейн отражает устойчивую тенденцию к трансгуманизму и изменению человеческой природы. Многие дрейнеры убеждены, что люди должны развиваться технологически и модифицировать свои тела, чтобы улучшить свою жизнь и выжить в новой эпохе.

Визуальный контент. Важнейшая часть дрейн-эстетики – это интернет-арт, который не так давно доминировал в социальных сетях. Представление дрейн тематики через визуальные абстракции может быть очень разнообразным, но важно помнить, что это именно интернет эстетика, поэтому всегда напоминает кибер-изображения в разную эпоху развития интернет-культуры.¹

К важнейшим элементам Drain как интернет искусства можно отнести: низкое качество изображения, сильный контраст, хорошо заметное размытие, аниме элементы, элементы киберпанка. Однако самые главные моменты – это броскость, нагруженность и хаотичность композиций. Своей броскостью и хаотичностью дрейн и заинтересовал людей, потому что на фоне современного дизайна, который стремится упрощать формулу и не нагружать композицию, дрейн стал полной противоположностью².

Стоит отметить и то, что дрейн-культура в большинстве своем не имеет криминальных коннотаций, выраженных в каких-либо правонарушениях. Ее представители не испытывают неприязни к другим людям, они стараются избегать всяческих конфликтов, так как считают, что это усложнит и так простую жизнь. Дрейнеры склонны к депрессии, что можно отнести к отрицательной черте данного направления. Строгая организация последователей дрейн-культуры отсутствует.

¹ Эстетика «Drain» и ее влияние на звук современной поп культуры. URL: <https://deziign.ru/project/bcf5c9ec571c4326a343aec484c0ff76?ysclid=m4qx13ab1k288411280>

² Эстетика «Drain» и ее влияние на звук современной поп культуры. URL: <https://deziign.ru/project/bcf5c9ec571c4326a343aec484c0ff76?ysclid=m4qx13ab1k288411280>

2.3 МУЗЫКАЛЬНЫЕ И МАСС-КУЛЬТОВЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ

Искусство постепенно становится товаром; ради релаксации, потребительства, развлечения и удовольствия, для стимуляции усталых нервов и сексуального возбуждения. Кого сейчас, кроме маленькой кучки старомодных чудаков, интересует искусство, которое не развлекает, не доставляет удовольствия, не возбуждает и не расслабляет...

Музыка является второй (после речи) основной формой символических звуковых проводников. Она больше приспособлена к объективации и передаче чувств, эмоций, настроений или неуловимых умственных состояний, которые не поддаются вербальному выражению, и поэтому она чаще используется для эмоциональной, чем для интеллектуальной коммуникации

Питирим Сорокин

КЕЙПОПЕРЫ

Краткая история

Появление такого направления как «корейская волна» многие исследователи относят примерно к середине 1990-х годов и связано это с двумя факторами:

1. Процесс либерализации СМИ в Азии. Именно тогда в 1997 году на центральном национальном телевидении Китая вышла корейская драма «Что такое любовь?», которая произвела фурор среди китайских зрителей, вследствие чего корейские драмы стали быстро поглощать эфирное время в различных странах Азии.

2. Экономический кризис в Азии в 1997-1998 годы. В этот период азиатские покупатели стали отдавать предпочтение корейским программам, которые были достаточно дешевыми по сравнению с гонконгскими и японскими. Именно так культура Южной Кореи стала активно распространяться и получило название «Халлю» – «корейская волна», «корейское течение». Hallyu подразумевал под собой такие культурные аспекты, как национальная кухня, предметы домашнего обихода, фильмы, мода, язык, а также корейская популярная музыка.

По мере роста популярности Hallyu на азиатских телеканалах стали выходить музыкальные клипы, вследствие чего появилась огромная база поклонников корейской музыки в Азии, что стало важным импульсом дальнейшей популяризации кей-попа.

К-поп (аббревиатура от англ. Korean pop) – популярный музыкальный жанр, возникший в Южной Корее и включающий в себя элементы хип-хопа, западного электропопа, танцевальной музыки и современного ритм-н-блюза.

Кейпоперы – фанаты корейских исполнителей и корейской музыки. Они высоко ценят свою любимую группу или артиста, а также уважают традиции и правила субкультуры.

Что привлекает фанатов:

- позитивные эмоции;
- соединение различных музыкальных жанров воедино;
- айдолоцентризм¹;
- смысл песен;
- безупречно продуманная визуальная составляющая выступлений.

Возрастные границы: 11-28 лет. Средний возраст кей-попера – 17 лет.

Правила/ритуалы кейпоперов:

1. уважительное отношение фанатов друг к другу (ведут активную коммуникацию на онлайн-платформах (например, Weverse, Twitter, Youtube));
2. соблюдение дистанции с артистом;
3. наличие фанчартов (речевки в виде перечисления имен артистов), которые фанаты скандируют в промежутках между куплетами песен;
4. наличие «виртуального образа» фаната для онлайн-общения (это не только никнейм, но и визуальное оформление личных страниц в социальных сетях).

Интересы

1. Коллекционирование. Компании выпускают альбомы к камбэкам групп, карты с фотографиями участников,

¹ Айдол – в Южной Корее – популярный артист, музыкант, кумир миллионов.

диски, лайтстики – все это поклонники кей-попа готовы купить. Карты можно приобрести несколькими путями: покупая альбомы, перекупать карты у других кейпоперов, обмениваться повторяющимися картами.

2. Просмотр дорам. Дорамы – азиатские сериалы (в основном корейские и китайские). Смотря дораму, можно почувствовать культуру, усвоить новую информацию без утомительного изучения. Посмотрев дораму, можно узнать о различных общественных нормах, наблюдая за повседневной жизнью персонажей.

3. Cover dance – кавер-версия авторского танца в исполнении другого коллектива. Именно танец способствует тому, что все больше и больше людей узнают о К-рор во всем мире: фанаты популярных групп начали перетанцовывать хореографию любимых команд, выкладывая в сеть и соревноваться на фестивалях. По всему миру проводится огромное количество концертов по cover dance, хореографы ездят по миру и дают мастер-классы по хореографии из клипов, проводятся флешмобы, приуроченные к выступлению артистов.

Сленг

Помогает найти единомышленников лишь по одному слову или выражению. Сленг в К-рор исключает оскорбительные слова, и часто сленговые выражения рождаются из смешных оговорок и шуток артистов. Популярные сленговые выражения:

- *айдол* – участники К-рор групп со тщательно продуманным имиджем, являются предметом культового поклонения, а также объектом влюбленности;
- *трейни* – артист музыкального лейбла, годами тренирующийся перед дебютом и становлением айдолом;
- *лайтстик* – блестящая палочка с эмблемой группы;
- *биас* – член музыкального коллектива, который вам нравится больше остальных;
- *саранхэ* – «я тебя люблю»;
- *океан* – световой эффект, который создают фанаты на концертах группы, используя лайтстики;

- *макнэ* – самый младший участник группы;
- *мембер* – так называют каждого участника группы;
- *камбэк* – любое возвращение исполнителя на сцену после небольшого перерыва, с новым клипом или альбомом;
- *визуал* – лицо коллектива, по мнению продюсеров, его наиболее привлекательный представитель;
- *фандом* – группа людей, которые являются общими поклонниками чего-либо; официальные фанклубы образуют многомиллионные фандомы;
- *оппа* – обращение девушек к парням старше их;
- *хён* – обращение мужчины к биологическому брату или другому мужчине старше его.

Внешний вид

Сдержанные или яркие цвета в одежде, также картхолтеры с фотографией, значки на рюкзаках и одежде, серьги, шопперы, браслеты и кольца, очки. Кейпоперы ориентируются на современную корейскую моду. На стенах в комнате могут размещать постеры с «корейцами», вести переписку с людьми из разных регионов страны/мира с предложением обменяться или приобрести карточку с кумиром.

Стиль (копия айдолов)

1. короткие шорты, юбки;
2. короткие топы, майки;
3. широкие брюки;
4. оверсайз;
5. панамы, кепки и даже береты;
6. милые детские украшения;
7. школьный стиль;
8. элегантность (классические костюмы, строгие платья);
9. цепи.

Степень опасности. Одно из самых безобидных направлений, опасности для окружающих не представляет.

Степень организованности

Есть группы различных фандомов в социальных сетях.

В приложении Weverse Shop можно приобрести годовое членство или расширенный пакет с набором разного мерча. Это обеспечивает доступ к контенту, который доступен только членам, доступ к спецмероприятиям (проходят в основном в Корее, Японии или США), возможность приобретать билеты на концерты раньше, а для онлайн-трансляций – в лучшем качестве, доступ к приобретению мерча только для членов данной группы или раньше старта официальных продаж.

ПАНКИ

Панки – это субкультура, которая зародилась в середине 1970-х годов в Великобритании. Они известны провокационным внешним видом, антиправительственными лозунгами и собственным течением в музыке.

Идеология

Прямой связи с конкретным политическим течением у этой субкультуры нет. Но, как правило, «дети помойки» (как они сами себя называли) были сторонниками прогрессивных взглядов и социально направленных идеологий. Среди молодёжи этого движения были распространены анархичные взгляды на жизнь и общество, стремление к полной личной свободе и независимости от системы. Для этой субкультуры предельно важно было не «продаваться», не «прогибаться» под государство, а рассчитывать лишь на самих себя. Многие из них поддерживали одно или несколько из следующих политических течений: анархизм, нигилизм, социализм, антикапитализм, антимилитаризм, антисексизм, антирасизм, антинационализм и так далее.

Краткая история

Панк-движение и история его зарождения тесно связаны с политикой. Появилось течение в рабочих районах США и Великобритании в начале 1970-х годов – во время сильного

экономического упадка этих стран. Рабочая молодёжь больше не могла позволить себе модные байки, красивую одежду, праздный образ жизни. Рок-н-ролл превратился в гламурную попсу.

Как протест и противопоставление всему этому появилась «панк-сцена», участники которой откровенно фальшивили во время исполнения своей музыки. Главная цель такой музыки – обратить внимание общества на свой протест, чтобы люди заметили этот бунт и задумались о своей системной и унылой жизни. Шло время, и даже этот независимый протестный жанр в итоге начал сотрудничество с крупными музыкальными лейблами. Первой реакцией властей были попытки запретить такое творчество. Но это только разжигало интерес молодёжи к протестной культуре. В итоге власти сдались и разрешили проводить подобные концерты. Панков даже пустили в ТВ-эферы. И это был своего рода конец для культуры протеста – ведь они начали сотрудничать с системой.

Панк-культура в СССР и России

В СССР молодёжь впервые узнала о существовании такой субкультуры после обличающих её публикаций в советской прессе. Власти ожидали согласной реакции юного поколения на порицание такого дерзкого и противоречивого стиля, но произошло обратное. У панк-культуры появились новые фанаты. «Панки, хой!» – пожалуй, этот лозунг на слуху у многих, кто родился и вырос в позднем СССР и начале 1990-х годов. Именно в тот период такое приветствие прочно укоренилось в русском языке.

В зависимости от локации и места жительства, бунтари в СССР отличались друг от друга идеологически и внешне. Например, сибирские представители этой культуры вышли из движения хиппи, которое разочаровало их и стало толчком к отрицанию и ненависти, а в Таллине молодёжь была схожа с английской и шведской культурой. Московские панки выглядели очень по-разному. Они любили различные музыкальные группы и у всех были собственные тусовки. В Ленинграде

юные протестанты вели довольно богемный образ жизни и устраивали перформансы (одни из первых в СССР).

1990-е годы подарили нам много культовых знаменитых панк-групп российской сцены: «НАИВ», «Последние танки в Париже», F.P.G., «Бригадный подряд», «Тараканы!», «Азь», «Король и Шут». Затем наступает временное угасание интереса к такой музыке в России вплоть до второй половины 2000-х годов. Можно сказать, что на сегодняшний день эта культура как протест и вызов больше не живёт. Она трансформировалась в молодёжную тусовку, где больше нет места политическим протестам и морально-нравственным ценностям.

В концертной деятельности ритуалы, вроде обливания участников пивом или разбивание бутылок – мертвы, но есть определенные действия, вроде соприкосновения зрителя со сценой, происходящее через солиста, опускающего микрофон аудитории. Однако его проявления всё еще можно встретить в социальных сетях и на модных показах, в кино и арт-пространствах. При этом внешний облик и стиль приверженцев этой субкультуры больше не выглядят слишком дико и несуразно. Можно сказать, что для данной субкультуры в целом наблюдается средний уровень опасности – фанаты панк-групп посещают концерты с громкой музыкой, не пренебрегают алкоголем, что не исключает возможность проявления элементов девиантного поведения. Однако никакой радикальной политической и антисоциальной окраски на данный момент данное сообщество не несёт.

В разных странах некоторые панки устраивают социальные акции. Например, популярна акция «Еда вместо бомб» (Food not bombs), когда они раздают еду на улицах, всем, кто в ней нуждается. Так они привлекают внимание к проблемам милитаризма, бедности и голода. Есть практики защиты животных, борьбы с фашизмом, развитием проектов в защиту окружающей среды или борьбы с пьянством (Стрэт Эйдж).

Есть и другая сторона, выбивающаяся из общей массы и носящая скорее отрицательную окраску. Всем российская

панк-группа «Pussy Riot» создала много шума в 2012 году своими провокационными акциями. Они выделились песнями в храме, захватом общественного транспорта, поджогами, кражами, публичным сексом и много чем еще. Однако можно заметить, что многие панки, не считают этих активисток панками в классическом понимании. Что опять же говорит о том, что это один из немногих радикальных случаев, по которым нельзя судить обо всей субкультуре.

Организация: на данный момент не наблюдается четкого единого центра, регулирующего всё российское сообщество панков. Это скорее люди – организаторы панк-рок концертов, т.к. преимущественно остатки данной субкультуры развиваются именно в этом направлении.

Внешность и стиль

Изначально для панк-культуры был характерен максимальный эпатаж во внешнем виде: окрашенные яркие волосы, ирокезы, начёсы были обычной причёской классического панка 1980-х годов. Представители этой субкультуры были одеты в закатанные джинсы, нередко вымоченные предварительно в растворе отбеливателя (так достигался эффект ржавых разводов). Они предпочитали массивные тяжёлые ботинки или кеды на шнуровке. Ещё один обязательный атрибут одежды – кожаная куртка-косуха, мода на которую зародилась ещё в 1950-е годы. «Кожанки» символизировали попытки субкультуры вернуть драйв и дерзость в рок-музыку – те самые качества, которые были отняты массовой коммерциализацией индустрии. В одежде типичного представителя панк-движения преобладает «стиль смерти», соответствующие атрибуты и аксессуары: черепа, кресты и так далее. Протестующая молодёжь также носит чёрные напульсники и кожаные ошейники с шипами или заклёпками. Нередко к джинсам крепят цепи от собачьих поводков.

Символика

В атрибутике используется надпись «Punks not dead» – досл. «панки не умерли» – своеобразный лозунг панков. Характерно изображение буквы «А» («Анархия»), заключенной

в круг. Может использоваться в качестве оформления нашивок, нашейных атрибутов, татуировок. Используется также представителями анархистов, алисоманов и других движений.

«Коза» – жест панков. Этот жест напоминает голову рогатого животного. Изначально использовался в качестве своего рода защиты от зла. Он был распространен повсеместно как в Европе, так и в Азии. В дальнейшем стали изготавливать амулеты от дурного глаза в виде этого жеста. Однако помимо основного значения в качестве защиты от злых сил у этого жеста появилось со временем несколько дополнительных значений, например, в рокерской среде – используется как знак одобрения исполнителя.

2.4 СПОРТИВНЫЕ И ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИЕ СУБКУЛЬТУРЫ

Безопасность – по большей части предрассудок. В длительной перспективе избегать опасности не безопаснее, чем идти ей навстречу.

Жизнь – либо дерзкое приключение, либо ничто.

Хелен Келлер

СКЕЙТ-ПАРКОВАЯ СУБКУЛЬТУРА

Краткая история

Скейт-парковая субкультура фактом своего появления обязана такому виду спорта, как скейтбординг. Первый аналог скейта появился в США, предположительно, в 1940-е годы, в Калифорнии, когда серферы решили прикреплять к доскам колесики, чтобы было легче тащить их до пляжа. А уже в 1963 году компанией «Макаһа» был сконструирован первый профессиональный скейтборд.

В начале своего развития скейтбординг был тесно связан с серфингом, что отразилось в стиле катания и использовании терминологии.

Первоначально скейтбордисты маркировались обществом как часть маргинальной, выходящей из-под контроля культуры. В середине 1980-х годов сформировалась идеология скейтбординга – «Skate and destroy» – «Катай и разрушай». Большинство скейтбордистов отчетливо отделяли скейтбординг от бюрократизированных соревновательных видов спорта через неформальную структуру и ценности.

В Советский Союз этот вид спорта попал с запозданием в тридцать лет. На улицах стали появляться юноши на роликовых досках, позже, в нескольких городах СССР открылось промышленное производство данного инвентаря. Выпускались скейтборды под названиями: «Виразж», «Старт», «Восток». После большого успеха американских фильмов «Достигая невозможного» и «Столкновение», где показывались американские скейтеры, катающиеся по улицам и выполняющие трюки, в Советском Союзе значительно выросла популярность этого спорта. Ленинград, Рига и Саратов стали центрами скейтбординга, в них создавались региональные федерации и клубы. В Саратове даже выпускался журнал о скейтбординге, а кроме того, проводились соревнования между саратовцами и всеми приезжими скейтбордистами.

В настоящее время на территории СНГ скейтбординг является общепризнанным популярным видом спорта, в больших городах можно встретить не только самих скейтеров, но и специализированные для выполнения трюков площадки. 18 ноября 2017 года в г. Москве на малой спортивной арене «Лужники» состоялся этап кубка мира по скейтбордингу – World Cup Skateboarding и чемпионат России по скейтбордингу, по итогам которого сформирован состав спортивной сборной команды России по скейтбордингу на 2018 год¹. Олимпийские игры 2020 (2021) года стали первыми, куда официально включили скейтбординг как новый вид спорта.

¹ История скейтбординга. URL: <https://fedskate.ru>

Скейтбординг, будучи, экстремальным уличным видом спорта подразумевает исполнения различных трюков на деревянной доске с колесами. Чтобы успешно кататься, нужно быть физически подготовленным человеком: выдерживать кардионагрузки, чтобы кататься дольше, иметь сильные ноги, чтобы вытягивать трюки, любить адреналин.¹ Райдер никак не прикреплен к доске, нет определенных правил в выполнении трюков, точно так же, как и нет правил катания в целом, если, конечно, не рассматривать соревнования².

Однако, скейтбординг – это не только физическая практика, но определенная культура, связанная ценностями, модой и особенностями взаимодействия с пространством городов. Скейтбординг, изначально связанный с идеями свободы, и противопоставления себя правилам, отсутствием тренеров и иерархии, сегодня все больше институционализируется, превращается как в массовый, так и в профессиональный спорт. Все эти изменения вызывают и трансформацию сообществ скейтбордистов – часть скейтеров видит в этом новые возможности для развития, другие нарушение ключевых принципов скейтбординга как особой субкультуры.

Скейтбординг сегодня – это часть уличной культуры. Катание на доске предполагает взаимодействие с городом, пространством, жителями, даже администрацией города³. Скейтбордисты часто используют лестницы, перила, бордюры и другие элементы городской среды для выполнения трюков.

Яркое появление и быстрое развитие данного вида спорта не только оказали большое влияние на культуру, но и внесли изменения в градостроительство. Все чаще в больших

¹ Крутских П.Ю. Скейтбординг как инструмент прочтения города // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 1 (149). С. 292-310.

² Султанова К.И. Трансформация сообщества скейтбордистов: взаимодействие с пространством города // Современная социологическая наука: ключевые тренды и перспективы исследования общества. сборник научных трудов V Международной конференции. Казань, 2022. С. 224-233.

³ Там же.

городах можно увидеть на пустырях и в парках специализированные площадки для всех желающих заняться этим экстремальным видом спорта. Скейт парки – «боулы», «плазы» и «раны» стали местами проведения свободного времени скейтбордистов, самокатеров и ВМХ-серов (культура катания на трюковых велосипедах ВМХ – Bicycle Moto Extreme зародилась в шестидесятых годах прошлого века, а на самокатах – в начале 2000-х).

Экстремальные виды спорта, собранные в одном месте – скейтпарке, тесно переплелись между собой, объединились в одну большую субкультуру. Можно заметить заимствование стилей одежды и трюков, исполняемых в парке. Музыкальные пристрастия зачастую у приверженцев всех трех видов экстрима тоже одинаковые.

Внешний вид

Сообщество скейтеров, как правило, отличает мешковатая, свободная одежда – футболки и худи без или с минималистичным принтом; широкие, не сковывающие движения, брюки; кепка или шапка. Индустрия моды сильно повлияла на популяризацию скейтбординга, потому как все чаще на полках популярных магазинов можно встретить коллаборации со скейт-брендами или отдельными скейтбордистами. У скейт-парковой субкультуры есть свои бренды, наиболее известные – «VANS» и «DC Shoes» – производители специализированной обуви и одежды.

Сленг

Для скейтбордистов характерна особая лексика, которой пользуются и понимают лишь представители сообщества и те, кто является частью скейт-сцены. Часть этого скейтерского сленга состоит из названий трюков, либо способов его выполнения, обозначения тех, кто стоит на доске, описания самой доски, а также тех мест, где встречаются скейтеры.

Совместные практики представителей сообщества предполагают совместное времяпрепровождение за катанием на доске, обсуждение новых трюков, совместный просмотр или

съёмка трюков на видео. Обычно совместные практики представителей скейт-сообщества происходят на одних и тех же местах (парки, улицы, скверы и т.д.). Таким образом, само городское пространство является значимой частью этой субкультуры¹.

Можно сказать, что экстремальные виды развлечений – не спорт, а образ жизни. Нельзя просто взять и бросить, уйти из скейтбординга, потому что кроме самой доски и рампы, в этом увлечении есть свое огромное неповторимое комьюнити, которое может напомнить семью.

Организованность этой субкультуры, ее сплоченность берет свое начало ещё из тех времен, когда никто не умел кататься на «доске» или трюковом велосипеде, верхом информированности было посмотреть несколько американских фильмов с крутыми экстремалами, исполняющими трюки на камеру. Поэтому все учились друг у друга, помогали и просто общались.

Идеология

Скейтбордисты ценят индивидуальность, самовыражение и свободу от авторитарных норм. Эта антиавторитарная идеология пронизывает всю культуру скейтбординга, создавая атмосферу равенства и взаимного уважения. Скейтбординг – это не просто индивидуальное занятие. Скейтбордисты часто объединяются в группы, помогая друг другу осваивать новые трюки, делиться снаряжением и поддерживать друг друга. Эта взаимопомощь и коллективизм создают чувство общности и солидарности, что напоминает коммунистические идеалы².

Зачастую у скейтпарков нет охраны и своей администрации, поэтому парки становятся неформальным центром сбора молодежи. Кто-то катается, кто-то рисует граффити, кто-то

¹ Султанова К.И. Трансформация сообщества скейтбордистов: взаимодействие с пространством города // Современная социологическая наука: ключевые тренды и перспективы исследования общества. сборник научных трудов V Международной конференции. Казань, 2022. С. 224-233.

² Герасимов Н.П., Говтян В.А. Скейтбординг как вид спорта и способ самовыражения в аспекте подростковой субкультуры // Тенденции развития науки и образования. 2024. № 107-7. С. 22-25.

просто гуляет или наблюдает за спортсменами. Нельзя утверждать, что у данной субкультуры есть свой стиль граффити, скорее любители уличного искусства/вандализма часто тесно связаны со скейтерами и прочими обитателями скейтпарков, а атмосфера в самом парке благоволит факту самовыражения через рисунок.

Скейтбординг часто отражается в кино, литературе и других формах искусства, играя важную роль в культуре.

2.5 СУБКУЛЬТУРЫ РОМАНТИЧЕСКОЙ ДЕРУТИНИЗАЦИИ

*Чему бы жизнь нас ни учила,
Но сердце верит в чудеса...*
Федор Тютчев

*Есть только два способа прожить жизнь. Первый – будто чудес не существует.
Второй – будто кругом одни чудеса.*
Альберт Эйнштейн

ДЖЕДАИЗМ

Джедаизм (от англ. Jedi) – молодежная субкультура и нетеистическое религиозное движение (признанное в Великобритании), сформированное на идеях фантастической киноэпопеи Джорджа Лукаса «Звездные войны» (Star Wars) (задуманной и реализованной в 1970-х годах, а позднее расширенной).

Участники движения копируют элементы одежды, символику, этические нормы, представленные в «Звездных войнах», считают себя членами ордена. Основными носителями

субкультуры становятся члены фанатского клуба, большинство из которых являются молодыми людьми, которые более открыты для новых форм мировоззрения¹.

Идеология

Основная декларируемая цель джедаев – служение другим через акты благотворительности, намерение оказывать добровольную, бескорыстную помощь, занятие активной гражданской позиции.

Идеология и сам путь джедая выстраиваются как ответ на постоянный вызов эгоистической составляющей его личности, что лежит в основе многих сюжетных линий во вселенной Star Wars. Согласно концепции киновселенной «Звездных войн» Орден джедаев включает в себя прежде всего учителей, инженеров, ученых, философов, врачей, дипломатов и воинов, для которых и мудрость, и знание являются высшими ценностями.

Орден джедаев и идеи, связанные с «Великой Силой», вдохновили фанатов «Звездных войн» на создание нового квази-религиозного движения – джедаизма.

Одним из важнейших элементов вселенной «Звездных войн», служащим основой мировоззрения, является Сила, которая представляется как объемлющее всю вселенную энергетическое поле. Сила может быть подконтрольной достигшим определенного духовного развития живым существам.

Идеалами джедаев являются всеобщий мир и гармония, а в бою – хладнокровие (гнев, месть и т.д. недопустимы), смелость и изобретательность. Светлая сторона Силы осваивается через равновесие и спокойствие и может быть применена только для защиты. Ситхи (антагонисты джедаев во вселенной Лукаса), напротив, используют Темную сторону Силы, опираясь при этом на эгоизм, жажду власти, страх, ненависть, агрессию, коварство.

¹ Луков В.А. Теории молодежи: междисциплинарный анализ. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2012. 528 с.; Тихонова В.Л. Философская интерпретация кинотекста «реальная сказка»: экзистенциальный аспект // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2016. № 4 (34). С. 140-145.

Особенности поведения

Управление Силой делится на Светлую и Темную стороны. Джедаев в Ордене учат использовать Светлую сторону Силы, которая постигается через отказ от личных амбиций, гнева, личной выгоды, путем следования альтруистическим принципам в поведении.

Этика джедаизма представляет собой синтез ценностей западных и восточных мировоззренческих концепций и не является чем-то революционным. Однако сам механизм преобразования субкультуры в квази-религию – социальное явление нового типа (явно, нью-эйджевского – см. ниже), которое, безусловно, должно стать объектом более углубленного исследования социологов, культурологов, философов.

Конкретно Джедаи или Джедаисты вряд ли являются опасными, поскольку их учение основано на альтруизме, отсутствии эгоизма, помощи другим, нравственных ограничений и жертвенности.

Этический императив джедаев отражается в их Кодексе и представлен следующими постулатами:

Нет эмоций – есть покой (спокойствие сильнее эмоций). Джедай должен контролировать свои эмоции, так как эмоции зачастую мешают принять объективное решение. Это не значит, что все эмоции нужно подавлять, просто нужно быть рассудительным.

Нет невежества – есть знание (знание сильнее невежества). Джедай должен понимать, что знания лишними не бывают. И, как говорится: «Из невежества рождается больше бед, чем из злого умысла».

Нет страсти – есть безмятежность (ясность сильнее страсти). Любая страсть поработочает человека, и он становится заложником таких чувств, как азарт и любовь, что не дает ему возможность взглянуть на ситуацию со стороны. Но джедаям не запрещается любить, им запрещается привязанность, ведь она ведет к страху потерять близкого человека, а

страх вносит хаос в душу. Наглядный пример любви и привязанности джедая показан в фильме в отношениях между Энакином Скайуокером и Падме Амидалой.

Нет хаоса – есть гармония (гармония сильнее хаоса).

Джедай должен быть в гармонии с самим собой и окружающим миром, принимать вещи такими, какие они есть, и не строить иллюзий.

Нет смерти – есть Сила (сила сильнее смерти).

Единственный пункт, похожий на религию: в нем джедай должен принимать смерть как продолжение пути. По представлениям джедаев, все живое произошло от Силы, она течет сквозь всю материю и время, и после смерти все возвращается обратно к Силе. Но в фильме показано, что после смерти джедай сливается с Силой и может являться в виде видений чувствительному к Силе существу. «Все смертны – и смерть – это естественный процесс, к которому, однако, и с нигилизмом нельзя относиться» – цитата из реально существующего кодекса джедаев.

Есть также более мелкое ответвление – Ситхи со своим кодексом. В большей степени они ориентируются на эгоистические идеи, на свое удовольствие и т.д.:

Покой – это ложь, есть только страсть.

Страсть дарует силу.

Сила дарует могущество.

Могущество приносит победу.

Победа сорвёт с меня оковы.

Организация

На основе субкультуры фанатов «Звездных войн» постепенно сформировалось нетеистическое религиозное движение, которое обрело большое число последователей, в частности на территории Британского союза.

Во время переписи населения 2001 г. в Великобритании, Австралии и Новой Зеландии значительное количество респондентов определили свою религиозную принадлежность

как джедаизм (около 390 тыс. опрошиваемых в списке в качестве своей религии указали джедаизм в Англии и Уэльсе, 14 тыс. – в Шотландии).

В результате британское Министерство юстиции вскоре после изучения предварительных итогов переписи произвело регистрацию нового религиозного движения (код 8968) – Jedi Knight («Рыцарь Джедай»).

В 2008 г. Дэниел Джонс и его брат Барни основали Джедайскую церковь Англии. А в 2013 г. в Великобритании был выдвинут законопроект, защищающий право джедаев на выполнение свадебных церемоний и регистрацию брака согласно правилам джедаизма¹.

Также частью движения является сайберфайтинг – фехтование на дюралюминиевых или стеклопластиковых моделях световых мечей. В данном занятии термины «падаван», «джедай», «рыцарь», «мастер» являются обозначением ступеней иерархии фехтовального мастерства (по восходящей)².

Символика

Создан особой язык субкультуры – клингонский (смесь санскрита и трех языков североамериканских индейцев), существует также Институт клингонского языка и возможность электронного поиска на нем в Интернете³.

Участники субкультуры копируют элементы одежды (например, джедайские балахоны с глубокими капюшонами, символику, носят модели световых мечей). Часть джедаистов верят в реальность саги «Звездные войны», а Д. Лукас, ее создатель, представляется им как ее пророк⁴.

¹ *McKenzie S.* Star chores: Do Jedi want to marry people? // BBC News. 20 марта 03.2013. URL: <http://www.bbc.com/news/uk%scotland%highlands%islands%21844467>

² *Евдокимов Д.А.* История развития саберфайтинга в России // III Всероссийский фестиваль науки XVII международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и образование». Т. III. Педагогика и психология. Часть 1: Актуальные проблемы педагогики и психологии. Физическая культура и спорт. Томск: ТГПУ, 2013. С. 50-52.

³ *Мелик-Гайказян И.В.* Новая культура для новых людей // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2014. № 7 (148). С. 33-44.

⁴ *Лоло М.М.* Кинорелигия – индикатор состояния политической культуры общества // European Social Science Journal. 2014. № 8-2 (47). С. 551-558.

РОЛЕВИКИ

Ролевики (также ролевое движение, или движение ролевых игр, или ролевые игры живого действия) – субкультура людей, которые играют в ролевые игры, преимущественно живого действия. Некоторое количество людей (от 5 до нескольких тысяч) собираются в одном месте и моделируют ситуацию в условном мире. Каждый из игроков имеет свою роль и должен поступать и принимать решения, исходя из принципов и желаний персонажа. У такой игры есть стартовая ситуация, но нет сценария. События игры зависят от действий каждого из участников. Игра может длиться от трех часов до семи дней, обычное время – двое-трое суток.

Как правило сюжет игры организаторы берут из различных литературных произведений, фильмов или компьютерных игр. Участники должны соответствовать выбранному персонажу костюмом, оружием и поведением. Руководит процессом мастер. Мастер (или мастерская группа) – это организаторы и координаторы ролевой игры. До игры они определяют тему, задают стартовую ситуацию, распределяют роли и создают правила (правила – это основной документ игры, регламентирующий действия игроков в процессе игры). На игре мастер следит за выполнением правил, управляет ситуацией и разрешает конфликты.

Для упрощения поиска проводимых игр используются специальные сайты, где указываются места проведения, даты, организаторы ролевых игр. К примеру, Календарь ролевых событий (<https://gmprg.ru/calendar>) или Календарь ролевых игр 2024 (<https://www.allrpg.info/calendar/>).

История. Широкое распространение ролевых игр во второй половине XX века связано с публикацией трилогии Дж. Толкиена «Властелин колец». В 1969 г. появилось Британское Толкиеновское общество, а в 1970-х – Американское Мифопоэтическое общество, чьи члены организовывали различного рода игры по сюжетам толкиеновских книг.

В 1990 году под Красноярском состоялись первые Хоббитские Игрища («ХИ», называемые в ролевом обиходе «хишками»). Со всей страны на них съехалось 130 человек. Тогда же обозначилась иерархия участников. В 1991 г. в Подмоскowie прошли вторые ХИ, затем это мероприятие стало практически ежегодным.

Начиная с 1994 г. и, примерно, по 1997 г. наблюдается постепенная специализация внутри движения, появляются мастерские группы, нацеленные на создание игр разного типа. Ролевое сообщество стало гораздо более многочисленным и разнообразным по своим социокультурным и возрастным характеристикам.

К 2000 г. происходит окончательное становление специфических групп внутри движения и его расслоение. В этот период заявляют о себе агрессивно-экстремистские группировки ролевиков («Грибные Эльфы» – существовавшая в России ролевая команда, неформальная тусовка молодежи и радикальная «Экологическая организация», действовавшая в 1990-х – 2000-х) и различные военизированные отряды, среди которых наиболее известен «Моргиль». И сейчас существует ряд экстремистски настроенных группировок, так или иначе связанных с ролевым движением, чья основная деятельность заключается в агрессивных столкновениях с «мирными» ролевиками.

Из ролевой субкультуры вышло и оформилось движение реконструкторов. Его участники с кропотливой достоверностью воссоздают ту или иную эпоху, реконструируя одежду, оружие, бытовые предметы, формы проведения и формы презентации.

К ролевым играм относятся и настольные игры. К примеру, Dungeons & Dragons («Подземелья и Драконы») или сокращенно D&D. Dungeons & Dragons – ролевая игра о приключениях в фэнтезийном мире. Партия в D&D разворачивается под управлением гейм-мастера, который создаёт игровой мир, ведёт приключение, определяет правила, направляет

взаимодействие игроков по ходу сценария. Кампания зачастую состоит из нескольких игр, поэтому может длиться неделями, месяцами и годами.

Также сейчас большое распространение получили текстовые ролевые игры. Это словесная разновидность ролевой игры, когда участники создают и/или перенимают образ персонажа или реального человека и действуют от его лица в соответствии с описанным сюжетом. В данном случае всё действие происходит в Интернете. Обычно такие игры проходят в отдельных группах и беседах в «ВК» или Telegram. В ролевых играх пользуются термин «ролить» – «отыгрывать» своего персонажа, описывать его действия в разных ситуациях. Количество участников неограниченно: играть могут одновременно как два человека, так и сто пятьдесят.

2.6 СУБКУЛЬТУРЫ ЭСКАПИЗМА И СОЦИАЛЬНОЙ ВИРТУАЛИЗАЦИИ

Решил лежать в постели до полудня. Может, к тому времени половина мира вымрет и переносить оставшуюся будет вполонину противней.

Чарльз Буковски

Если я представляю, что погружаюсь в эти истории по мере их чтения, я смогу забыть о своем одиночестве. Я притворяюсь, что я главный герой этих историй.

Таким образом, даже такая одинокая, застенчивая и несчастная, как я, может стать популярной девушкой, которую все любят.

Ацуко Сааки

ХИКИКОМОРИ

Хикикомори (яп. 引きこもり – «пребывание в уединении») – человек, отказывающийся от активной социальной жизни в пользу уединения в силу личностных и социальных факторов. Зачастую хикикомори не покидают свой дом или

даже отдельную комнату, при этом нигде не обучаясь и не работая (иногда работая удалённо).

Социология трактует этот феномен как яркую форму социального выражения недовольства, протеста или «жалобы» человека на современное общество. Это состояние можно рассматривать как ответную реакцию на фрустрацию, как форму пассивного сопротивления при столкновении с высоким уровнем давления со стороны общества и других людей при переходе юного человека из подросткового возраста во взрослую жизнь¹.

Явление возникло среди молодёжи среднего класса в Японии, где его появление объясняется структурными изменениями рынка труда и культурными особенностями. За пределами Страны восходящего солнца, в том числе в России, хикикомори не так много, однако понятие «хикки» используется в сленге для обозначения наиболее замкнутых интровертов, уверенно предпочитающих уединённые виды деятельности – нередко такие люди и сами идентифицируют себя как хикикомори и причисляют себя к субкультуре, основанной на подобном образе жизни.

Согласно представлениям современных исследователей, хикикомори является кросскультурным феноменом, который не специфичен только для японской культуры. В научной литературе есть сообщения о случаях хикикомори в Китае, Южной Корее, Финляндии, США и других странах. Среди типичных поведенческих паттернов, характерных для хикикомори, исследователи отмечают добровольную самоизоляцию, избегание каких-либо социальных контактов (вплоть до ограничения взаимодействия с семьёй), зачастую отсутствие постоянной работы и/или места обучения. Всё больше появляется ис-

¹ *Нестерова А.А., Кичман Д.Н.* Личностные особенности лиц, находящихся в состоянии острой социальной самоизоляции (хикикомори) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2022. № 2. С. 119.

следований, отмечающих, что явление хикикомори – это интернациональное явление, которое обнаруживает себя во всём мире¹.

Историческая справка

Социальная изоляция как социальная проблема в Японии возникла во второй половине 1970-х гг. Среди терминов, непосредственно связанных с «хикикомори», выделяются «невроз отступления» («retreat neurosis») и «студенческая апатия» («student apathy»). Студенческая апатия – это явление, затрагивающее мужчин, которые отступают от выполнения академических задач, занимаясь другими видами деятельности, например, такими как волонтерская работа, спорт или временная работа на условиях неполного рабочего дня. Апатические студенты избегают конкуренции и боятся потерпеть неудачу, несмотря на хорошие способности, а иногда у них присутствует обсессивно-компульсивное расстройство с конфликтом идентичности. При этом отмечается состояние безразличия, инертности, неэмоциональности, осознание, что нет объективной и перспективной цели жить, при отсутствии беспокойства обо всем этом. По мнению некоторых исследователей, эти признаки, которые, несомненно, были связаны с социальным контекстом времени, являются предварительными симптомами хикикомори².

Говоря о неформальных нормах субкультуры хикикомори, стоит отметить, что следование им вызвано внутренними порывами хикикомори и их стремлением к психологическому благополучию (точнее, избеганию стресса); социальный контроль в субкультуре практически отсутствует ввиду

¹ См.: *Hu X., Fan D., Shao Y. Social Withdrawal (Hikikomori) Conditions in China: A Cross-Sectional Online Survey // Frontiers in Psychology. 2022. № 13. URL: <https://www.frontiersin.org>; Husu H.M., Välimäki V. Staying inside: social withdrawal of the young, Finnish 'Hikikomori' // Journal of Youth Studies. 2017. № 20 (5). P. 605-621; Lee Y.S., Lee J.Y., Choi T.Y. Home visitation program for detecting, evaluating and treating socially withdrawn youth in Korea // Psychiatry and Clinical Neurosciences. 2013. № 67 (4). P. 193-202.*

² *Лякина Я.С. Феномен хикикомори: обзор исследований // Reflexio. 2018. Т. 11, № 1. С. 103.*

анонимности и изолированности участников, а также осознания большинством хикикомори собственной девиантности и – нередко – своего несчастья. Сказанное выше не отменяет того, что некоторые хикикомори могут негативно относиться к претензиям на аналогичное самоопределение со стороны социально активных людей.

Ключевые нормы субкультуры хикикомори:

- предпочтение уединённых видов деятельности;
- избегание вовлечения в оффлайн-активности, в особенности, досуговые за пределами дома;
- отказ от привлечения внимания к своим проблемам (за исключением анонимного рассказа с целью высказаться);
- дружелюбное, поддерживающее отношение к другим хикикомори.

Личностными особенностями многих хикикомори (не претендуя на универсальные обобщения) можно назвать следующие:

- отрешённость и общая незаинтересованность в выстраивании социальных отношений;
- незначительный, если вообще имеется, интерес к сексуальной активности с другим человеком;
- предпочтение письменного формата общения;
- социальная тревожность;
- деперсонализация;
- склонность к одержимости или, наоборот, апатии (то есть к полярным состояниям увлечения).

Некоторые упомянутые особенности могут свидетельствовать о наличии психических отклонений, как непатологических, так и характера расстройства: шизоидного, обсессивно-компульсивного, тревожного и других. В связи с этим в каждой префектуре Японии действуют центры психологической поддержки хикикомори, способствующие их социальной адаптации.

Несмотря на крайнюю степень социальной изоляции хикикомори, они не отказываются от общения полностью и даже

формируют онлайн-сообщества, что и позволяет считать их в той или иной степени организованной субкультурой. Основными сообществами, где происходит коммуникация представителей этой субкультуры, выступают публичная страница *Hikikomori* в социальной сети «ВКонтакте», основанное в 2011 году, и существующая ещё дольше доска (форум) «Убежище» на анонимном имиджборде «Двач».

Атрибутика субкультуры хикикомори вдохновлена современным Востоком и отсылает к культуре отаку («анимешников») и ценителей дорамы (корейского кинематографа). Некоторые артефакты, такие как ростовые подушки дакимакура, могут служить имитации тактильного контакта с другим человеком, другие, как фигурки персонажей аниме, воплощают одержимость («гиперфиксацию») их владельца изображаемым персонажем. Используя подобную атрибутику, хикикомори создают комфортное, почти сакральное для них пространство у себя дома (часто нетерпимо относясь к посетителям) и не преобразуют пространство города, поэтому едва ли можно встретить граффити, оставленные хикки.

Хикикомори вовсе не опасны для окружающих. Как правило, они лишь хотят, чтобы их «оставили в покое». Тем не менее, безработные хикикомори могут обернуться бременем для их родителей; также они представляют весьма неактивную экономически и демографически часть населения.

Попытки убедить хикикомори принять ценности активной части общества обречены на провал. При этом если человек называет себя «хиккой» или его так называют другие, но нормально функционирует в обществе (успевает в учёбе, справляется с обязанностями на работе), то реабилитация ему и не требуется. Если же присутствуют сложности с адаптацией, может быть уместна помощь компетентного психолога (при согласии самого хикикомори), а также подбор сообщества по общим интересам для практики безболезненной социализации. В случае со школьниками необходимо убедиться, что изолированность не вызвана травлей – если дело в ней, то

следует решать эту проблему, а не давить на «недружелюбного» ученика-хикикомори.

ВИРТОВСКИЕ

«**Виртовские**» – субкультура, распространенная преимущественно среди девушек от 12 до 20 лет. Представителей данного направления можно встретить в Интернете, а именно в социальных сетях (Одноклассники, ВКонтакте, ТикТок, Инстаграм¹, Телеграм). Главное условие «вирт-пространства» – анонимность: девушки «примеряют» образ выбранного персонажа (зачастую это участники К-рор групп) на себя, отыгрывая его действия в переписках. Основная цель – общение, зачастую переходящее в романтические отношения.

История

Само по себе понятие *вирт* сформировалось с распространением мобильной связи и Интернета. **Виртуальный секс** (он же *вирт*) – общение, во время которого два или более человека взаимодействуют в виртуальном пространстве с целью сексуального удовлетворения друг друга, отправляя соответствующие стимулирующие сообщения, как текстовые, так и мультимедиа. Существует так же секс по телефону, киберсекс, эротический видеочат и прочие.

На данный момент времени, термин *вирт* трактуется в рамках описываемого комьюнити немного иначе – это анонимное общение в онлайн-пространстве, предусматривающее «отыгрыш» выбранного тобой персонажа, с возможностью наделить его любыми качествами и характеристиками. Практически, это большая ролевая игра. Первые подобные сообщества стали появляться в 2011 году, пик их распространения пришелся на период пандемии, а именно на 2019-2021 годы.

¹ Instagram – запрещена в РФ, принадлежат корпорации Meta, которая признана в РФ экстремистской

Идеология / поведение: очень сложно выделить единую идеологию, поскольку она варьируется от вида, к которому принадлежит конкретный «виртовский». Виды, которые удалось выделить по итогам наблюдений:

ЧБ «Виртовские» – подгруппа «виртовских», предпочитающих черно-белые фотографии на аватарках. Зачастую они отличаются агрессией, токсичностью, властностью; проявлением чрезмерной сексуальной активности; стремлением к самоубийству; романтизацией насилия, самоуничтожения, употребления психотропных средств и/или алкоголя.

ЦВ «Виртовские» – подгруппа «виртовских», предпочитающих цветные фотографии на аватарках. Более дружелюбны, открыты и человечны, чем представители предыдущей подгруппы, однако ведут себя более инфантильно и по-детски, излишне романтизируя и сексуализируя действия и слова других людей. В некоторых случаях подобное поведение перетекает в заинтересованность педо-контентом и педо-отношениями.

Таким образом, из-за навязанного себе же «крутого и взрослого» образа «виртовские» предпочитают оставаться анонимами, лгать о своем реальном возрасте и поле, а также заводить романтические отношения с представительницами своего пола, наделяя их маскулинными характеристиками.

Внешность и стиль

Довольно тяжело в реальной жизни отличить «виртовских» от людей, не причастных к данной субкультуре. В настоящий момент данное течение наиболее распространено среди молодых девушек, увлекающихся К-рор музыкой. Зачастую представительницы данного фандома одеваются в современном корейском стиле – оверсайз, рубашки с длинным рукавом, пиджаки, портупеи, облегающие платья, короткие юбки, чулки, мелкие аксессуары с символикой любимых групп или же их мерч.

Музыка

Преимущественно К-pop (BTS, EXO, BLACKPINK, Seventeen, (G)I-DLE, Momoland, ITZY, LE SSERAFIM, TXT, Pentagon, AESPA, Stray Kids и так далее. Также представители данной субкультуры могут слушать инди, рок и рэп, однако тут их предпочтения сильно варьируются.

Символика

Опознать «виртовских» в Интернет-пространстве можно по фейковой странице с фото и именем выбранного музыканта и по особенностям стиля письма: так как члены данной субкультуры «отыгрывают» персонажа, у них возникает потребность в особом выделении слов, подразумевающих собой действия. Чаще всего они используют звездочки (*сел на стул*), кавычки («сел на стул»), слэши (/сел на стул/) и тире (-сел на стул-).

Также им присущи определенные сленговые термины:

сп – семейное положение, то есть человек, с которым виртовский состоит в игровых отношениях;

клан – онлайн объединение «виртовских», члены которого считают друг друга семьей, друзьями;

кф – беседа или диалог, в которой общается «клан»;

рж – реальная жизнь. Пометка «рж» означает, что «виртовский» не против знакомства с реальным собеседником (показать внешность, назвать реальное имя и возраст), а не только с его персонажем;

актив / пассив / альфа / бета / омега – предпочитаемая позиция в отношениях. Активы или же альфы наиболее доминантны, агрессивны и опекающи, в то время как пассивы и омеги – мягки и уступчивы;

дэдди / дюрекс – доминантный, чрезмерно опекающий и моментами абьюзивный партнер. Зачастую такое «звание» присуждается активам или альфам;

нм, дж, юн, хс, чм, тх, чг – сокращение имени конкретного певца (в нашем примере сокращенные имена принадлежат членам группы BTS), указывающее, какого персонажа «отыгрывает» человек.

ГЛАВА 3. МОЛОДЕЖНЫЕ ИДЕОЛОГИИ И ДВИЖЕНИЯ *

*Заблуждения не перестают быть заблуждениями,
просто потому что они становятся модой.*

К.Г. Честертон

Существует ряд глобальных течений в культуре современного общества, которые заметно влияют на поведение и социальное самоопределение широких слоев молодежи в разных странах. В то же время их трудно назвать субкультурами в строгом смысле. Скорее правильным будет определить их как молодежные движения и идеологии. Поведение и мировоззрение их последователей подчас довольно специфично, но при этом внешне они довольно мало отличаются от «обычных» членов социума. Если принадлежность к субкультуре, как правило, предполагает некую внешнюю манифестацию через прическу, макияж, одежду, язык и поведение, то в случае с движениями и идеологиями эти манифестации не выражены явно или выражаются не столь заметно. Содержание идеологий и движений «встраивается» в повседневность достаточно большого числа людей в разных странах, порождая специфические формы духовности, социальных и межличностных паттернов поведения и взаимоотношений.

НЬЮ ЭЙДЖ

Общее представление

Нью-эйдж (от английского New Age – «новая эра, век») – это общее название неорелигиозных движений, большая часть которых получила распространение во второй половине 1960-х гг. в США в рамках уже упоминавшейся контркультурной

* Авторы раздела: Хагуров Т.А., Рощина Н.М., Олифир И.А.

революции. Понятие «Новой Эры» обычно связывают с астрологической идеей перехода от «Эры Рыб» (христианской) к «Эре Водолея» (постхристианской).

Движение представляет собой сложный и слабо организованный (по крайней мере внешне) конгломерат идей, учений, практик, религиозных общин, сект и сообществ. При этом, некоторые последователи таких учений отрицают свою принадлежность к Нью Эйдж, настаивая на «древности» своих религиозных традиций.

История возникновения

Истоки Нью-Эйдж можно обнаружить ещё во второй половине XIX века. Волна интереса к мистике, захватившая многих образованных людей того времени, породила массовые увлечения спиритизмом, восточным оккультизмом и магией и созданными на их основе неооккультными учениями (теософия, антропософия и др.). Идеи оккультистов XIX – начала XX вв. (Н. Рериха, Е. Блаватской, Г. фон Листа, Р. Штейнера и др.) различались по своему генезису (опираясь на восточные или западные оккультные корни), но оказали схожее влияние на умонастроения людей, подпавших под их влияние. Одна из ключевых идей всех этих концепций связана с ожиданием появления (или возрождения) человеческой (точнее – сверх-человеческой) расы со сверхъестественными способностями. С чем и ассоциировалось наступление Нового века. Во всех учениях этого рода в явной или неявной форме прослеживалась древняя гностическая мысль о фундаментальном неравенстве рода человечества, «естественном» разделении людей на «высших» и «низших».

Долгое время эти разнообразные, но в то же время концептуально схожие взгляды на Вселенную и эволюцию человека имели хождение только среди поклонников оккультизма, однако в 1960-70-е они распространились среди контр-культурно «заряженной» молодежи. В исследованиях американ-

ских социологов это получило название «оккультного возрождения»¹. Именно тогда возникло большинство нью-эйджевских движений с их идеями Эры Водолея, как новой эры человеческих возможностей, высвобождения в людях «духовной энергии», «осознанности», «гармоничности», «преодоления репрессивности» традиционных религий и ценностей, «новой женственности», «пробуждения природных сил» и «новых возможностей человеческой природы» и т.п. Эти же идеи оказали определенное влияние на формирование ряда политических концептов («устойчивое развитие», «зеленая повестка», «трансгуманизм» и т.п.).

Как указывает А.Л. Дворкин: «Собственно, за термином «Нью эйдж» стоят два понятия. В более строгом смысле – это широко распространенное оккультное неоязыческое движение, основанное на определенной довольно свободно сформулированной идеологической базе, которое сформировалось во второй половине шестидесятых годов в Калифорнии. Но можно говорить о НЭ и в расширительном смысле как о социокультурном феномене – идеологической основе современной постхристианской цивилизации»².

В таком широком смысле неоязыческие и оккультные идеи, составляющие смысловое поле Нью Эйдж, транслируются в общество под лозунгами «достижения гармонии», «пути к человеческому счастью», «самореализации» и «обретения себя».

Сегодня, во многом благодаря Интернету, они растворяются в дискурсе *поп-психологии*, *зож-*, *бьюти-* и *лайф-коуча* и трансформируются в идеи радикального индивидуализма: «любви к себе» и «заботы о себе» в качестве главных ценностей. Популярны мемы в духе «никто никому ничего не должен», «человек сам устанавливает для себя правила», «избавь-

¹ См.: *Tiryakian E.A. Toward the Sociology of Esoteric Culture // American Journal of Sociology. 1972. Vol. 78 (3). P. 491-512.*

² *Дворкин А.Л. Сектоведение. Тоталитарные секты: опыт систематического исследования. Нижний Новгород: Христианская б-ка, 2014.*

тесью от токсичных людей вокруг себя» и т.п. – по своему генезису эти идеологемы являются в существенной части нью-эйджевскими.

Интересно, что во многих нью-эйджевских учениях прослеживаются идеи и практики *окультного нео-матриархата*. Например, один из идеологов Нью-Эйджа – Дж. Лавлок, автор концепции Геи Матери-Земли, которого Википедия определяет, как «британского учёного, независимого исследователя, эколога и футуролога» – пишет о неизбежности гибели «мужской агрессивной религиозности» христианства и замены ее «женской миролюбивой религиозностью». По мнению ньюэйджеров, она окажется способной не только объединить человечество, но и обеспечить его гармонию с природой¹.

С точки зрения анализа социальных изменений, Нью-эйдж – представляет собой отказ от организационной формы религии, индивидуализацией, корреляцией с социальными процессами и тенденциями глобального общества².

В частности, как отмечает Бирюкова Ю.А., среди фундаментальных особенностей мировоззрения «Нью-Эйдж» нашли себе место холизм, трансперсональное единство всего, ожидание глобальных перемен человеческого бытия, представление о высшем начале как безличном универсуме, божественной природе человека и его неограниченных способностях, трансформирующих мир.

Часто, не имея возможности рационально принять решения, молодежь обращается к магии и ритуалам. Такое поведение позволяет перенести ответственность за свои действия, усилия, поступки на метафорического посредника – карты, амулеты, гадалку, «ретроградный меркурий» и т.д.

Надо признать, что внеконфессиональные движения отражают не только потребность в духовности, это хорошо про-

¹ Дворкин А.Л. Сектоведение. Тоталитарные секты: опыт систематического исследования. Нижний Новгород: Христианская б-ка, 2014.

² Бирюкова Ю.А. «Нью-эйдж» – Супермаркет духовных услуг. URL: <http://www.countries.ru/library/religio/newage.htm>

даваемая услуга, упрощающая восприятие реальности, формирующая приятную иллюзию своей избранности в желаемом будущем.

Нью-Эйдж, как симптом нео-средневековья

Всё перечисленное является составной частью актуальной и малоизученной пока темы, которую можно обозначить, как *«дерационализация и нео-архаизация общественного и индивидуального сознания в постсекулярных обществах на фоне экспансии явных и латентных форм эзотерического и оккультного сознания»*. Речь идёт о совокупности взаимосвязанных социокультурных процессов, достаточно давно проявляющихся (с конца 1960-х гг.) и во многом рутинизированных, но до недавнего времени не воспринимаемых обыденным и научных сознанием в качестве комплексной проблемы:

– фактическое вытеснение жанра научной фантастики жанром фэнтези в кино и литературе, увеличение доли литературных и кинематографических произведений откровенно оккультного характера;

– системная (и как полагают многие, управляемая) деградация массового образования, связанная с утратой фундаментальности и целостности, вытеснения знаниевого подхода компетентностным, фрагментация и примитивизация формируемой таким образованием картины мира;

– возникновение и фактическая институционализация «дискурса эзотерики», сначала в качестве «экзотики» на уровне специфических телепередач и журналов, затем – интернет-ресурсов, затем рутинизация в форме возникновения специальных отделов в больших книжных магазинах, появления издательств и специализированных «духовно-образовательных» центров;

– институционализация рынка «эзотерических услуг» – от объявлений в газетах и на остановках общественного транспорта («снятие порчи и сглаза», «обряды на удачу» и т.д. и т.п.) до формирования устойчивого сегмента астрологических, тарологических и иных оккультных услуг в Интернете;

– экспансия эзотерики и оккультизма в индустрию «лайф-коучинга» и популярной психологии, фактическая «окупаемость» ими существенной части этого рынка;

– распространение эзотерических практик (в форме обращения к гадалкам, «целителям» и т.п.) в современных обществах, в том числе среди адептов традиционных религий;

– всё более заметный раскол в среде адептов традиционных религий на «модернистов», выступающих за принятие большинства технологических и социальных новаций современности, и «фундаменталистов», отторгающих большинство этих новаций, среди которых формируется всё более широкий слой носителей архаизированного сознания и мышления.

Наиболее заметным комплексным отражением перечисленных (и оставшихся за кадром) тенденций выступает именно рост популярности эзотерики и «эзотерических услуг» в пространстве массовой культуры. Тема, повторимся, в высшей степени актуальная, и пока в такой же степени малоизученная социологами.

В религиях нового века астрология и мистика соседствуют с псевдоисторическими концепциями, парапсихологией и паранаукой, а также теориями заговора. Это напоминает ситуацию позднего средневековья и Ренессанса, когда университетская наука и теология соседствовали с алхимией, оккультизмом и магией.

Как-то классифицировать движения и учения Нью-Эйдж достаточно сложно в силу присущей им эклектики и взаимопроникновения идей и практик. При всей условности, нам представляется возможным следующее деление:

1. Движения и секты неоориенталистского типа – основанные на восточных учениях: Общество сознания Кришны, культы Ошо и Шри Сатья Саи Баба, «Сахаджа-йога» и т.п. Сюда же будет относиться теософия Е. Блаватской и Н. Рериха и основанные на их идеях современные интерпретации.

2. Псевдохристианские движения. На Западе это движения неопротестантского типа: «Церковь Унификации» (секта Муна), «Дети Бога» («Семья»), «Поместная церковь Уитнеса»

Ли» и др. В России – имеющие давние корни секты хлыстов, молокан, скопцов и пр.

3. Псевдонаучные оккультные движения – Дианетика (она же – Саентология), астрология, «Трансцендентальная медитация», ребёфинг, практики «осознанности», поп-НЛП, трансперсональная психология и т.п.

4. Неошаманизм, языческие магические учения, основанные на мифологии коренных народов Америки, Сибири и Дальнего востока, и им подобные культы – учение Карлоса Кастанеды, сибирское неоязычество, Анастасиевцы (Звенящие кедры России) и т.п.

5. Неоязыческие учения германо-скандинавского и славянского типа – одинизм, перунизм и т.д. и т.п. Популярна символика войны, викингов, валькирий, рун и т.п. Сюда же можно отнести неodruidизм различных типов (кельтский, кавказский и т.д.).

6. Неоязычество, имеющее африканские и ямайские корни – Вуду, растафарианство, африканское колдовство «викки» и т.п.

7. Культы, основанные на прямом поклонении злу: сатанизм («Церковь Сатаны», учения А. Кроули и Ш. Ла Вэя), культ Лилит, культ богини Кали и т.д. Особняком в этой группе стоят политизированные религиозные течения, пропагандирующие ненависть по расовому, этническому или религиозному принципам: радикальный исламизм (не путать с классическим Исламом), неофашистские организации, например, «Азов» (запрещена в России) и т.п.

Границы течений размыты, поэтому некоторые движения можно причислить сразу к нескольким группам. При этом, в целом, в нью-эйдже практическая «польза» значительно важнее идейной или теоретической (конфессиональной) строгости, поэтому адепты с легкостью мигрируют из одной «духовной ниши» в другую. Главное – польза, которая может заключаться в духовном или физическом исцелении, достижении «просветления», решении финансовых и иных жизненных проблем и так далее.

Чем опасны движения и культуры нью-эйдж¹

Финансовый ущерб. Религии нового века отличаются своим коммерческим подходом и предлагают последователям самые разнообразные товары и услуги. Консультации, занятия, практики, всевозможные амулеты, обряды, снадобья, атрибутика и литература – всё это обычно предмет извлечения прибыли.

При этом они часто маскируются под образовательные, оздоровительные, культурологические, просветительские организации и услуги. Например, тренинги личностного роста, курсы в области «психологии осознанности», тарологии или астрологии.

Многие «гуру» стремятся сформировать у своих последователей психологическую зависимость, «подсадив» их «на иглу» тренингов, семинаров, «погружений» и т.п. Максимального воплощения эти технологии достигают в организациях многоуровневого маркетинга, использующих культовые методы контроля сознания².

Вовлекают в секты, оказывают давление, нарушают личностные границы, забирают свободу. Многие нью-эйдж-движения с жёсткой структурой, харизматичным тоталитарным руководством, чёткими «истинами», простыми рецептами счастья обманом вовлекают последователей и используют методы психологического насилия для их удержания.

Все секты используют один и тот же алгоритм привлечения жертв, эксплуатируя основные духовные потребности человека – *потребность в любви и потребность в смысле*. В нормальном случае человек должен сам реализовать в своей

¹ См. подр.: *Вдовенко А.* Что такое нью-эйдж и чем опасны религии нового века. URL: <https://lifehacker.ru/nyu-ejdzh-i-religii-novogo-veka/?ysclid=m1sz9bvt20246375454>

² См., напр.: *Сафонова Т.А.* Социологический анализ социальных практик многоуровневого маркетинга: авт. дисс. ... канд. социол. наук., 2007. URL: <https://www.dissercat.com/content/sotsiologicheskii-analiz-sotsialnykh-praktik-mnogourovnevego-marketinga?ysclid=m48aqpvota902604221/read/read/read>

жизни смысл и любовь, сохраняя духовную свободу. Лидеры сект, забирая у жертвы свободу, предоставляют взамен суррогатный смысл и суррогатную любовь, которые не делают человека счастливым, но вызывают со временем все большую неудовлетворенность и зависимость.

Для адептов сект существует два рода опасностей.

Во-первых, прямая опасность, связанная с характером деятельности некоторых сект: например, финансовая и трудовая эксплуатация верующих, сексуальная эксплуатация, включая в особо тяжелых случаях сексуальную эксплуатацию детей, побуждение к самоубийству и тому подобные примеры откровенных патологий поведения.

Во-вторых, существует опасность собственно духовная, связанная с утратой свободы. Свобода – одна из самых сложных духовных потребностей. Человек, с одной стороны, нуждается в свободе и подчас не может вынести её отсутствия. Но, с другой стороны, свобода – тяжелое бремя, вынести которое можно только имея твёрдую веру (идеалы) и волю. Человек, который не имеет ни того, ни другого, в случае если его духовные потребности не подавлены низшими социальными или физиологическими потребностями становится потенциальной жертвой сект, мистики и харизматических гуру.

Человек с обостренными, но нереализованными духовными потребностями в случае определенной личностной слабости (отсутствие устойчивых идеалов, безволие, инфантилизм, духовная лень и т.п.) готов с радостью отдать свою свободу взамен ясной картины мира и понятных инструкций по обретению благодати/спасения. Дополнительными факторами притяжения обычно становится «бомбардировка любовью»¹ и действительная личная харизма лидера секты.

¹ Бомбардировка любовью (англ. Lovebombing) – принятое в английском языке обозначение попыток повлиять на человека щедрыми демонстрациями внимания и ласки. Фраза может быть использована по-разному. Критики сект использовали фразу, подразумевая, что «любовь» является притворной, а практика – манипулятивной. Критики сект часто определяют любовную бомбардировку в качестве одного из признаков, которые могут определить организацию как секту. Критики считают, что любовная бомбардировка неискренна или что она используется для того,

Помимо приманок любви и смысла, практически все секты манипулируют *чувством избранности*, превосходства над другими людьми. Психология почти всех жертв сект *сочетает неуверенность в себе с нарциссизмом* (часто скрытым). Ощущение себя «избранным», «особенным», «спасённым», противопоставление этой «избранности» всем остальным «погибшим» и «заблудшим» – важное слагаемое сектантского мироощущения. В такой интересной разновидности сект как коммерческие культы¹ или многие группы Нью-Эйдж эта избранность принимает форму «самореализации», «раскрытия своего потенциала», недоступных профанам. Часто потребность в поддержании такого мироощущения эффективно эксплуатируется культами, «подсаживающими» своих адептов на иглу мотивационных семинаров, тренингов и тому подобных форм промывания мозгов истинно верующих за отдельную плату.

Распространяют псевдонаучные и антинаучные идеи

Последователи Нью-Эйдж не только пытаются придать «научный» статус таким оккультным учениям, как тарология, астрология, хиромантия или нумерология, но и пропагандируют различные нетрадиционные методы лечения и психотерапии. Среди них биоэнергетика, дианетика, особые дыхательные техники, НЛП и другие практики, эффективность которых не подтверждена исследованиями.

В лучшем случае эти практики не помогают, в худшем – способны серьезно навредить.

Угрожают здоровью и жизни

Часть Нью-Эйдж движений и сект представляют угрозу для жизни и здоровья своих последователей и окружающих людей. Некоторые секты запрещают те или иные виды медицинской помощи (например, прививки или переливание крови), что создаёт угрозу в случае болезни.

чтобы уменьшить сопротивление субъекта к вербовке. См.: Бомбардировка любовью. URL: ru.wikipedia.org/

¹ См.: Дворкин А.Л. Сектоведение. Тоталитарные секты. URL: <https://azbyka.ru/otechnik/sekty/sektovedenie-totalitarnye-sekty/116>

Наиболее же мрачные культы, основанные на прямом поклонении злым силам, практикуют убийства, ритуальный секс и человеческие жертвоприношения¹.

Поэтому внешне безобидны «духовные практики» Нью-Эйдж могут быть опасны, как для материального благополучия, так и для физического и психического здоровья и даже жизни своих последователей.

Символика: будет совпадать с религиозными течениями и эзотерическими символами («Магия таро», «Сила рода», «Руническое мироздание» и т.д.).

Внешний вид будет зависеть от влияния других символических субкультур, в частности, приверженцы могут иметь готический или славянский (или иной выражено этнический) стиль, носить амулеты с изображением знаков и символов, иметь соответствующие татуировки.

ПОП-ПСИХОЛОГИЯ

Во второй половине XX века психология перешагнула пороги кабинетов психологов-консультантов и университетских аудиторий и обрела массовую аудиторию. Этому способствовали два рода причин. Первая – объективный рост психологического напряжения в наиболее экономически развитых обществах, обусловленный ускорением ритма жизни, ростом индивидуализации и, как следствие, одиночества, разрушением практик «естественной психотерапии» в форме семейной поддержки, дружеского общения, религиозной жизни и исповеди, соседского участия и т.п.

Всё перечисленное вызвало массовый интерес к психологии, что способствовало появлению второй группы причин – медийных. Многочисленные журналы и телепередачи, а затем

¹ См. подр.: Хагуров Т.А. Девиантология – социология и психология зла: монография. М.: ИНФРА-М, 2023. С. 32-34.

Интернет, способствуя удовлетворению любопытства и потребности в психологической помощи массовой аудитории, породили в течение нескольких последних десятилетий индустрию *pop-психологии*, вполне могущую претендовать на статус движения, или по крайней мере – тренда.

Суть этого явления заключается, с одной стороны, в упрощении и примитивизации некоторых положений теоретической психологии, изучаемой в университетах. С другой – аналогичном упрощении принципов психологической терапии. Полноценное изучение теории психологии требует большого времени и усилий (как правило не менее 4-6 лет в университете, и это только начальный этап), также и практическая работа с психологом по выявлению и преодолению личностных проблем требует времени и усилий, подчас серьезных и болезненных.

Между тем в обществе потребления (а именно эта модель социума складывается в экономически развитых странах с середины 1960-х гг.) главный запрос массового потребителя связан с комфортом и простотой получения услуги. Популярная психология, удовлетворяя этот запрос, предлагает публике потребительскую «лайт-версию» психологической теории и практики, призванных удовлетворить потребность людей в психологическом комфорте, самопознании и положительной самооценке, что создаёт своеобразный и весьма ёмкий сегмент индустрии услуг.

Одни из парадоксов этого движения заключатся в том, что основателями могут быть весьма далёкие от психологии люди, в частности СМИ рассказывали об экономисте со среднетехническим образованием, ставшим гуру в «осознанности», о бывшем работнике полиции, помогающем своим адептам укрепить силу рода, о воспитателе, который развивает личный бренд, и так далее.

Основной средой обитания деятелей и поклонников популярной психологии в последние годы стал Интернет. Существенное место в этом массовом нарративе занимают вопросы

межличностных взаимоотношений, самооценки и саморазвития. При этом, многие идеи, транслируемые публике психологическими «гуру» и «авторитетами», направлены на стимулирование личностного эгоизма и даже эгоцентризма. В числе наиболее популярных *инфлюенсеров* – авторы и ведущие блогов и каналов в жанре *лайф-коуча* (дословно с англ. – «жизненного тренера»), часто настойчиво пропагандирующих идеи радикального индивидуализма: «любовь к себе», «никто никому ничего не должен», «человек сам устанавливает для себя правила» и т.п.

Идеи и практики «психологически обоснованного» эгоцентризма активно пропагандируются популярными психологами, рассказывающими как «простить и полюбить себя», как относиться «к себе нежно», как найти свое призвание, как достигнуть своих целей и т.п.

Одной из популярных форм таких «тренингов» является так называемый *марафон желаний*, на протяжении которого последователям обещают «сбычу мечт» за оплату. Если мечта не сбылась, значит, она «не была твоей», «не была истинной мечтой» или ты «не справился с внутренними барьерами», или «не вышел из зоны комфорта» и т.д. Оплата за участие в марафоне неудовлетворенным последователям движения не возвращается.

Кроме того, набирают популярность любители *нейрографики*, стимулирующие денежные потоки и привлекающие мужчин, *арттерапия*, *ароматерапия* с аналогичной практической пользой.

Сертифицированные тренеры международной школы осознанности Access Consciousness обещают через стимулирование *Аксесс Баров* (точки энергетической трансформации) помочь внести изменения в различные области тела и жизни, включая сон, здоровье, вес, деньги, секс, отношения, чувство тревожности, стресс и многое другое. По сути, в этих и подобных им направлениях поп-психология в существенной степени смыкается с эзотерикой и идеями Нью-Эйдж.

Появление и популярность такого рода «услуг» отражают запрос со стороны молодежи на «профессионально-личностное консультирование», которое позволило бы без волевых и трудовых усилий достигать желаемых целей. Для этого нужен куратор или «учитель», который поможет «познать себя», «повысить свою самооценку», а вместе с тем – закономерное следствие – увеличить претензии к окружающим, обществу, государству. В результате молодого человека, «повысивший самооценку» таким образом, вскоре опять чувствует себя «обделённым» и «обесцененным» (окружающими, обществом и т.п.) и вновь обращается за консультацией (разумеется, платной), круг замыкается.

Особенностей в **символике и внешнем виде** может не быть, однако основатели эгоцентрических движений могут выпускать свои «фирменные продукты». Например, блогер Е. Блиновская распространяет для продажи свои селективные духи, блокноты желаний, карты желаний, свитшоты и др.

ЗОЖ- И БЬЮТТИ-ДВИЖЕНИЯ

Движения ЗОЖ (здоровый образ жизни) формируется канонами массовой культуры и доступным рынком товаров и услуг, позволяющими идентифицировать себя с сообществом избранных, особенных, модных (ЗОЖ, ПП и БАД движения). Некоторые движения на потребительском уровне системно связаны с популяризацией своего образа жизни среди инфлюенсеров в сетевом интернет пространстве.

Психологическая притягательность этих движений обусловлена тем, что они дают чувство сопричастности к популярности продукта, услуги, личности, пропагандирующей продукт или услугу. Интерес молодежи к этой группе движений подкрепляется потребностью хорошо выглядеть и быть

здоровыми, при этом иметь возможность заработать на распространении услуг или товаров.

ЗОЖ-движение ориентировано на массового потребителя, которому важно информационное подкрепление в формате онлайн стримов утренних пробежек или физических упражнений с подробным рассказом о биохимических процессах и правилах выполнения.

В сетевом пространстве формируются сообщества адептов тех или иных видов фитнеса и культа здорового образа жизни (ЗОЖ), правильного питания (ПП) и биологически активных добавок (БАД), оздоравливающих/омолаживающих процедур (СПА, йога и т.п.). В социальных сетях можно встретить паблики с изображением акта приготовления и потребления с контентом «мое утро начинается с пакетика коллагена NL»¹.

В Интернете распространена культура правильного питания, где обязательно должен присутствовать блогер, который готовит здоровое и питательное блюдо, желательное способствующее похудению. Здесь важно отметить различия между food-блогерами и ПП-блогерами. Первые отдают предпочтение эстетике и секретам приготовления, не учитывая баланс БЖУ (белков, жиров, углеводов).

В последние десятилетия популярными становятся марафоны похудения, на которых за оплату создается закрытый групповой чат, в котором модератор предписывает что, кому и сколько есть. Последователи марафона ежедневно должны отчитываться о своих достижениях.

Не менее популярны здоровьесберегающие движения, которые инициируются медиками самого разного профиля. Однако стоит отметить, что популярность таких направлений касается людей более зрелого возраста, для которых приемлемы народные средства, оздоравливающие физические упражнения, курсы детоксикации, «дыхание маткой», «питание солнечной энергией» и т.д.

¹ Бренд сетевого распространения БАД, питания, косметики, ориентированный на массовые продажи.

Символика: совпадает с продвигаемым брендом. Сумки, мерчи, автомобили с наклейками – все может содержать символизм продвигаемой субкультуры.

Наряду с ЗОЖ привлекает интерес молодежи сетевая **бьюти-субкультура** – направление, основанное на дискуссиях, видеороликах, рекомендациях о красоте, уходовых процедурах, макияже, моде. В субкультуре можно заметить женщин зрелого возраста, однако основная масса представлена девушками. Они снимают короткое видео, чаще всего самостоятельно, и у них есть свой канал, где контент структурированы на основе тематических блоков: уход за волосами, уход за кожей лица, секреты дневного макияжа и т.д.

Бьюти-блогеры имеют специфический сленг или русифицированные обозначения категории косметических товаров, например¹: свотч (swatch – образец косметики, нанесенный на кожу); мастхэв (must have – необходимый продукт, который «должен быть»); шиммер (shimmer – перламутр, блеск, средство с мерцающими и светоотражающими частицами); финиш (finish – результат, например «матовый финиш на лице»); праймер (primer – база под макияж); бьюти-блендер (спонж для растушевки кремовых текстур), тег (tag – видео, содержащие какое-либо обозначение, знак, образец); лайк (like – «мне нравится»); смоки (smoky eyes – один из вариантов макияжа глаз), аутфит (outfit – полный ансамбль одежды), лук (look – законченный образ). Также есть русские слова, которые являются общеупотребительными и встречаются на всех каналах: лимитка (лимитированный выпуск косметической продукции), умывалка (очищающее средство), тушка (тушь для ресниц), тоналка (тональная основа).

Бьюти-блогер имеет свой арсенал косметики и средств, которые попадают в число рекомендуемых в видеороликах.

Яркой характеристикой блогеров является также отсутствие страха или смущения перед многотысячной незнакомой

¹ Мартынов Д.С. Виртуальные сообщества в блогах: практика взаимодействия с политическими акторами // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2007. Т. 13, № 36. С. 70.

и знакомой аудиторией. Если ранее главной ценностью интернет-общения была анонимность, то теперь активно культивируется нарциссизм, яркая самопрезентация, извлечение выгоды из конструирования собственного имиджа¹.

Блогер, имеющий большое количество подписчиков, становится экспертом не только в красоте, но и во многих других сферах: финансовой грамотности, отношениях между мужчиной и женщиной, политике.

Особенностью **стиля** бьютиблогера является самопрезентация и самолюбование.

Своеобразным продуктом смешения ЗОЖ- и бьюти-движений являются **фитоняшки**. Это девушки, которые занимаются в фитнес-клубах, особенностью модели их поведения является фиксация процесса тренировки на смартфон.

Многие считают, что фитоняшки произошли от инстаграмщиц, они делают селфи на фоне спортивных тренажеров, фотографируют свои ягодицы, при этом популярным считается фото до и после, чтобы фоловеры могли оценить прогресс.

В журнальных публикациях также отмечается, что фитоняшки имеют губы, наполненные филлером, наращённые ресницы, дорогую спортивную одежду и обувь. Фитоняшка не просто предана спорту, это смысл ее жизни. Некоторые блоггерши демонстрируют фитнес успехи в сетевых контентх, создавая для своих последователей иллюзию быстрого результата. Например, «делай 100 приседаний в день, и будет попа, как орех».

Фитоняшки весьма популярны, так как бытует мнение, что это красивые, здоровые и преуспевающие девушки, трудящиеся над своей фигурой; они не сидят перед телевизором и не смотрят сериалы, не зависают в социальных сетях, разве только для того, чтобы выложить свои фото-достижения.

¹ *Мартьянов Д.С.* Анонимность как политическая ценность киберкультуры // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. № 12 (38): в 3-х ч. Ч. III. С. 116-119.

Среди наиболее популярных фитоняшек формируются рейтинги по количеству подписчиков. Одной из самых популярных в российском сегменте является Алина Шпак со своей уникальной методикой: «Ешь, пей, дыши, худей».

«Идеология фитоняшек мало чем отличается от идеологии человека, занимающегося фитнесом. Единственное – фитоняшки больше выставляют свои формы на всеобщее обозрение в удачных ракурсах, – говорит менеджер по продажам рекламы, фитоняшка с 8-летним стажем Алёна Фёдорова, – А вообще, круто быть милой девочкой в платьице в цветочек, а вечером присесть со штангой в 60 кг. Только настоящая фитоняшка может быть такой»¹.

Символика и стиль

Термин «няшка» означает, что девушка милая, а значит, ее фитнес образ должен быть красивым и женственным. К традиционной одежде фитоняшки можно отнести лосины с пуш-ап эффектом, короткие шортики, топы и свитшоты, открывающие пресс, платья, подчеркивающие изгибы. Конкретная символика отсутствует.

БОДИПОЗИТИВ

Бодипозитив – это одно из феминистских движений, направленное на принятие своего тела и тела другого человека таким, какое оно есть. Основная идеология бодипозитива: мое тело – мое дело.

Активистки движения борются за признание «естественной красоты» и против стигматизации недостатков на коже, наличия волосков на теле, лишнего веса. Участницы движения отрицают «неестественную красоту» в популярных сетевых контентных, пропагандирующих модельную красоту в соответствии со стандартами (типа «90-60-90» и т.п.).

¹Фитоняшки: кто это такие и что у них в голове. URL: <https://life.ru/p/875912>

Бодипозитив включает в себя феномены отрицающие бодишейминг (осуждение за форму и размер тела), фетшейминг (осуждение людей с ожирением), скиннишейминг (осуждение слишком худых), эймблинг (осуждение за инвалидность и отсутствие дееспособности).

Большинство исследователей движений склонны воспринимать бодипозитивщиц, как уважающих проявление телесности каждого человека вне зависимости от размеров, отрицающих изнурительные диеты, доступность ЗОЖ и занятий спортом, доступность размеров одежды и обуви.

Бодипозитив имеет несколько течений, иногда имеет открытые хулиганские формы, сопровождающиеся митингами и массовыми перформансами последователей идеологии.

Символика и стиль одежды: не акцентируется внимание на внешности, лишнего веса для бодипозитивщиц не существует, внешность ничего не говорит о здоровье. Соответствующее отношение и к другим моментам: женщина не обязана удалять волосы на своём теле, кожа людей в реальной жизни не может и не должна быть похожа на отретушированные фотографии, можно не скрывать растяжки, морщины, шрамы, прыщи – в них нет ничего плохого или оскорбительного. В бодипозитиве «одежда для нас, а не мы для одежды»¹. Можно одеваться как нравится, независимо от возраста, размера и формы тела. Нет никакой необходимости носить каблуки, неудобную одежду или влезать в «правильный» размер.

VSCO girl

VSCO girl (виско гёрл) – движение, появившиеся вместе с приложением для обработки фотографий в 2011 г., которое

¹ От аутинга до эйджизма // Словарь злободневных терминов. URL: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/217613-what-s-the-word>

стало набирать популярность в сети интернет. Пользовательницы приложения на своих фото оставляли хештег VSCO.

Все фотографии VSCO объединяла общая эстетика изображения: оверсайз футболки, бутылки с водой hydro flask, AirPods, чокер, браслет из резинки для волос и т.д.

Постепенно образы стали копироваться и массово распространяться.

Субкультура VSCO Girl стала активно набирать обороты с начала лета 2019 года. Появилось множество видео с советами о том, как стать VSCO Girl. Для них нет строгих предписаний в стиле или манере поведения, необходимо лишь соблюдать несколько простых правил, главными из которых являются: открытость в выражении эмоций; свобода в поведении; любовь к окружающей среде¹.

В настоящее время движение виско-герл трансформировалось в своеобразный стиль одежды, которого придерживаются сотни молодых девушек. Можно наблюдать активность блогеров VSCO Girl на платформах Телеграм, VK и других. Появляется движение VSCO boy.

Символика и стиль одежды: самое главное – это майка на 3 размера больше. Представительницы VSCO Girl любят простую и удобную обувь, шпильки отсутствуют. Это могут быть легкие кеды фирм Vans и Birkenstocks или «кроксы». Особо популярны вансы в клетку. Также образу понадобятся носки Nike, чокер из ракушек или бусин, фенечки, кепка или панамка, резинки для волос в качестве браслетов, много колец².

¹ VSCO Girl (37 фото): стиль одежды и макияж виско гёрл. Как стать? Список вещей что носят, прически и комната (vplate.ru). URL: <https://vplate.ru/stili-odejdy/vsco-girl/?ysclid=lwkssy92hc585264>

² Там же.

ВИНИШКО-ТЯН

Винишко-тян – это субкультура девушек, которые демонстрируют, что они умны и начитаны, не отказываются от социальной жизни, интересны в общении. В СМИ девушкам приписывается любовь к дешёвому вину. Приписка «тян» произошла от корейского девушка, хотя парни встречаются тоже.

Девушек отличает окрашенные в зеленый или синий цвет волосы, округлые очки, за которым прячется задумчивый взгляд, платья в ретро стиле.

В истории происхождения субкультуры упоминается 2017 год, когда пользователи «Двача» стали обращать внимание на современных девушек, которые в погоне за индивидуальностью стали копиями друг друга. Они слушают пост-рок или молодых рэперов, ходят на выставки и, конечно, пьют вино¹. Они любят посещать выставки авангардистов, ходить по заброшенным архитектурным строениям и фотографироваться на их фоне.

Модель поведения отличает начитанность с преувеличенным желанием порассуждать о «причинах бытия», «о декадансе», «о Питере» и т.п. Иногда являются проводниками моды на поп-психологию, приписывая себе или окружающим «модные» психологические диагнозы, типа «депрессии» или «биполярного расстройства».

Символика и стиль одежды

В пабликах Телеграм и VK можно наблюдать фотографии девушек с цветными волосами, непременно в платьях с бокалом вина на фоне винтажного интерьера. Многие имеют пирсинг, рисуют себе стрелки в стиле Эми Уайнхаус, носят одежду оверсайз российских брендов уличной одежды вроде «Волчок», «Юность» и «Спутник 1985».

¹ Винишко: Новая субкультура или веяние моды? (memepedia.ru). URL: <https://memepedia.ru/vinishko/?ysclid=lwkwbk2lmy60995543>

ФЕМИНИЗМ

Феминизм как идеология, оказавшая заметное влияние на современное общество, имеет достаточно давние культурные корни, связанные с философией Просвещения и её идеалами Свободы и Разума, и отказом от авторитета прежних истин религии и традиции.¹

Принято разделять так называемые три волны феминизма. **Первая** охватывает период середины XIX – начала XX века. Это период политической институционализации феминизма – возникновения организаций, борющихся за права женщин. Социальной базой этих движений стали образованные женщины из привилегированных слоёв (прежде всего Англии и США), которые активно включались в общественную жизнь, требуя политического равноправия.

На эти движения оказали влияние идеи социалистов-утопистов в области равноправия полов. В будущем обществе женщине следует предоставить возможность участия в производственных процессах, а мужчина в свою очередь должен наделяться домашними обязанностями, в том числе касательно воспитания детей. Современная им семья виделась как источник угнетения женщин мужчинами, отсюда предлагалось установить равные права на смену партнера и свободную любовь.² В конце XIX в. феминизм окончательно утверждается на уровне официальных социальных институтов. В 1888 г. основывается международная феминистическая организация «Международный совет женщин», формально объединяющая всех представителей этого течения.

«Вторая волна» феминизма относится к 60-80-м годам XX столетия. Интеллектуальными ориентирами для активисток «второй волны» стали работы Маргарет Мид «Пол и темперамент» (1935 г.) и Симоны де Бовуар «Второй пол» (1949

¹ Ионин Л.Г. Восстание меньшинств. М.; СПб.: Университетская книга, 2012. С. 16-17.

² Захарова О.В., Нойкова Е.А. Зарождение феминизма и феминистского движения в конце XVIII – первой половине XIX века // Вестник Рязанского государственного университета им. С. Есенина. 2020. № 2 (67). С. 78-84.

г.). Они обосновали утверждение о социальной, а не генетической обусловленности женственности и мужественности, согласно которому в формировании типичных женских качеств совершенно не участвуют гормоны, это не заложено в клетках ее мозга, но «общество, общественное устройство, принуждает женщину вырабатывать в себе определенные качества и диктует ей формы поведения»¹.

«Женственность» с этой точки зрения не более чем миф, придуманный мужчинами в контексте формирования и навязывания собственных правил игры в социуме. В рамках этих правил женщине отводится пассивная роль, что подспудно предполагается всей формируемой исторической и культурной картиной мира. Если перед мальчиком встает множественный выбор, то судьба девочки фактически предопределена изначально – выйти замуж, стать матерью, заниматься домашним хозяйством. С раннего возраста девочка «уже точно знает, что ей уготовано, она будет жить день за днем, но строить свою жизнь ей не дано»².

Выделяют три основных направления «второй волны»: либеральный феминизм, радикальный феминизм и марксистский (социалистический) феминизм³.

Либеральный феминизм, укорененный еще в движении суфражизма и борьбы за образование женщин, в основном провозглашал равенство полов, которое должно лежать в основании гендерно нейтральной политики и законодательства. Предполагалось, что социум в целом благосклонен к мужчинам и, соответственно, не исключает дискриминирующих женщин законов и политики. При более нейтральных законах женщины получают возможность на равных конкурировать с мужчинами.

Социалистический (марксистский) феминизм был тесно связан с движением «Новых левых», играющих ведущую

¹ Бовуар С. Второй пол. М.: Прогресс; СПб: Алетейа, 1997. С. 674.

² Там же. С. 339.

³ Темкина А.А. Женское движение Второй волны: истоки, концептуализация, результаты. URL: <http://www.eu.spb.ru/gender/movement.zip>

идеологическую роль в политических протестах 1960-х годов. Сторонники этого варианта феминизма возлагали ответственность за дискриминацию женщин на капитализм, тем самым отличаясь от радикалов, считающих, что в этом виноваты мужчины.

Радикальный феминизм фактически выделился из левого движения, но затем разорвал с ним связь, выступая самостоятельным направлением. Согласно ему, женщина исторически подвергается угнетению со стороны мужчины. Именно на угнетение направлены устоявшиеся модели гетеросексуальных отношений и принципы, лежащие в основе социальных институтов (религии, медицины, воспроизводство и т.д.). Подобное подавление носит зачастую скрытый и глубокий смысл, а самый распространенный способ мужского доминирования осуществляется посредством контроля женской сексуальности. Радикальный феминизм не представлял собой единой теории или организованного движения. Ядро движения составляли небольшие группы, главным образом, образованных белых женщин из среднего класса. Постепенно осмыслению подверглись не только практики последних, но и опыт цветных женщин из рабочего класса, что впоследствии отразилось на интерпретации взаимоотношений полов.

Начало *«третьей волны»* феминизма приходится на 1990-е гг. и связано с экспансией *фанатичного феминизма*, который некоторые исследователи определяют как «психическое заболевание, распространившееся в массовом порядке в определенных медиа и учреждениях культуры, которые считают его новой формой интеллекта»¹.

Ключевая идея феминизма «третьей волны» – тезис о тотальной несправедливости общества по отношению к женщинам, при том, что обсуждение правильности любого феминистского тезиса определяется как «сексизм». При этом все факторы гендерных различий, за исключением «привилегий

¹ *Болыц Н.* Размышления о неравенстве. Анти-Руссо. М. Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. С. 65.

мужчин» автоматически игнорируются: различия между женщинами и мужчинами в физической силе и выносливости; беременность и уход за ребенком, которые вырывают женщин из рабочей среды; реальные различия между мужским и женским восприятием мира; эффекты мужских и женских гормонов, и т.д. Все эти реальные различия должны быть приписаны мужскому вероломству и жадности¹. В своих крайних требованиях феминистки доходят до требования фактической дискриминации в пользу женщин и установление полового апартеида. Здесь и доктрина разрушения семьи, борьба с традиционными гетеросексуальными половыми отношениями, пропаганда ненависти к мужчинам и биологического превосходства женщин, наконец, проскальзывает даже идея полного уничтожения мужчин².

Под влиянием этих идей в культуре происходит деструкция традиционного образа женщины как нежного, прекрасного, дающего жизнь существу, тогда как новые женские образы наделяются агрессией и шоковой сексуальностью. С этой целью используется образ «новой амазонки», в рамках которого состояние внутренней гармонии подменяется у современной женщины состоянием «самодостаточности» и «воинственности» (понятия маскулинного культурного ряда), причем прямой перенос первого на феминный ряд влечет за собой значительное искажение всей системы феминных ценностей³.

Результатом распространения радикальной феминистской идеологии становится кризис института традиционной семьи, расширение феномена одиноких «самодостаточных» женщин, рост групп нетрадиционной ориентации (ЛГБТ и пр.), некоторые из которых инициируют легитимизацию однополых браков.

¹ Порошенко О.Ю., Харисова Т.А. Ускользящая женственность или Eat your make-up: критика радикального феминизма. URL: <http://globkazan.narod.ru/a15.htm>

² Строев С. Феминизм как социальное явление. URL: http://www.za-nauku.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=2011&Itemid=36

³ Порошенко О.Ю., Харисова Т.А. Ускользящая женственность или Eat your make-up: критика радикального феминизма. URL: <http://globkazan.narod.ru/a15.htm>

Технологический прогресс в западных обществах с одной стороны способствует снятию и ослаблению барьеров между многими женскими и мужскими ролями и функциями; с другой стороны снижается запрос на социальный ресурс мужественности, составляющий с женственностью диалектическое единство; с третьей стороны насаждается культура потребления и гедонизма, которая захватывает в большей степени мужчин, ослабляя их витальный потенциал, содействуя гендерно-ролевым конфликтам и маргинализации сознания.

В России широкого распространения радикальные версии феминизма не получили. Хотя некоторое число сторонников этой идеологии обнаруживают себя на просторах Рунета. При этом, в лице отдельных своих представителей феминистский дискурс имеет точки пересечения с русофобским дискурсом. В этих случаях российский феминизм приобретает контркультурный смысл, демонстрируя неприятие ряда доминирующих черт и смыслов отечественной культуры.

ЧАЙЛДФРИ¹

Движение **чайлдфри** (от англ. *childfree* – досл. свободный от детей) пропагандирует отказ от детей в целом или рождения своих собственных детей. Исторически во всех человеческих культурах неспособность иметь детей в семье расценивалась как несчастье, и иногда служила поводом стигматизации бездетных супругов (типичный пример – Древний Израиль). Случаи добровольного отказа от деторождения и супружества в традиционном обществе были связаны с религиозными обетами безбрачия и воздержания в сообществах монахов, аскетов, жрецов и т.п. – носителей особой социальной

¹ Пропаганда идеологии движения «чайлдфри» запрещена в России Федеральным законом № 401-ФЗ, вступившим в силу с 4 декабря 2024 года.

миссии. В остальных случаях дети воспринимались как безусловная ценность, благословение Свыше, а сюжеты, выражающие коллективные страхи потери детей, занимают особое место в европейском фольклоре (например, история про Крысолова и волшебную дудочку).

Идеология сознательного отказа от деторождения стала следствием соединения двух культурных доминант второй половины XX века – идеологии потребительского эгоизма (жизнь для себя, максимизация комфорта)¹ и радикального феминизма.

Впервые о нем заговорили в начале 1970-х годов. В 1980 году канадский социолог Джин Виверс опубликовала книгу «Childless by choice» («Бездетные по выбору»), проведя исследование большого числа молодых супружеских пар². Заметим, что изначально для описания этого феномена используется англоязычная конструкция «*childless*» – дословно «лишенные детей», и лишь потом идеологи движения заменят «less» на «free», означающее «свободу».

Виверс выделила два типа сознательно бездетных. Первые – это «патологические детоненавистники», испытывающие физиологическое отвращение ко всему, что связано с деторождением (беременность, роды, вскармливание, сами дети). Это своего рода фобия, подобно тем, с которыми работают психоаналитики. Возможно, оно является результатом каких-то психотравм. Носителей такой фобии мало, их доля не превышает 5 % среди последователей движения. Однако именно они составляют ядро идеологов-активистов движений чайлдфри и даже чайлдхейт (англ. – *childheit* – *детоненавистники*). Попытки этой категории индивидов завести детей не приводят ни к чему хорошему: в лучшем случае получится холодный отстраненный родитель, отторгающий своего ребенка.

¹ См.: Хагуров Т.А. Человек-потребитель: девиантологический анализ феномена // Труды Кубанского государственного аграрного университета. 2006. № 4. С. 290-300.

² Veivers Jean E. Childless by Choice. Butterworths, Toronto 1980.

В худшем – известны случаи, когда вынужденно имеющие детей чайлдхейтеры калечат и детей, и себя. По сути – это сфера изучения психиатрии, а не социологии.

Вторая, наиболее многочисленная категория чайлдфри – это люди, отказывающиеся от рождения детей по идеологическим и/или социально-потребительским мотивам. В идеологическом плане мощное негативное влияние на общественное сознание оказал радикальный феминизм. Одна из основоположниц радикального феминизма Суламифь «Шули» Файерстоун призывала женщин не рожать детей, так как деторождение – это форма порабощения женщины. Беременность, роды, дети – это всё рассматривалось как тяжкое бремя, лишаящее женщину возможности выбора. Ведь ребенка необходимо растить, и женщина будет вынуждена жертвовать ради него своими интересами, ущемлять себя в различных удовольствиях и делах, отказываться от возможностей заработка и карьеры.

Получалось, что, настаивая на праве женщины отказываться от деторождения, радикальные феминистки отказывали женщине в праве хотеть и рожать детей. Причем сначала они были безусловно категоричными в данном вопросе, полагая, что нормальным выбором женщины должен быть отказ от деторождения.

Однако в 80-х годах XX века многие согласились с тем, что женщина всё же может выбрать и материнство. Только вот выбирать его она должна «свободно и осознанно», а не под давлением родственников или общества. И все разговоры о природном предназначении женщины, глубоком смысле деторождения и даже просто о том, что дети – это счастье, а материнство – радость, расцениваются феминистками именно как давление, которое порой сравнивают с фашизмом по отношению к чайлдфри.

Стремление к деторождению – одна из главных потребностей нормального человека. Однако, в зависимости от идеологических влияний, социальной пропаганды, особенностей воспитания, социальных условий взросления человек может склониться к бездетности. Чем меньше детей было в окружении

человека, когда он рос, тем выше вероятность принятия установок чайлдфри во взрослом возрасте.

Другой аспект связан с распространением индустрии контрацепции в 1960-х гг. и вызванном ею разделении сексуальности и деторождения. По мнению одного из ведущих отечественных экспертов в области социальной сексологии Д.В. Колесова, это приводит к глубокой подмене природно обусловленной сути интимных отношений по принципу «оргазм вместо ребёнка»¹.

Сексуальная свобода и распространение практики «гражданских браков» или свободного сожителства способствовала росту числа бездетных пар. Естественным социальным следствием «свободных отношений» является неуверенность в совместном будущем. Соответственно, желание иметь ребенка либо откладывается до более удобного момента, либо вовсе блокируется психикой – во избежание внутренней боли нереализованного материнства и отцовства².

В числе комплекса причин, способствующих распространению идеологии чайлдфри, можно выделить, во-первых, *культурно-экономические*: недостаточно средств, чтобы обеспечить приемлемый уровень жизни семье с детьми, соответствующий принятым в развитых странах стандартам потребления. Во-вторых, *культурно-психологические*: акцентированная ценность карьеры, самореализации для женщин, необходимость выбирать между карьерой и материнством; потребительские ценности индивидуального комфорта, затрагивающие и мужчин, и женщин (путешествия, отдых, личное пространство), при этом дети воспринимаются как источник дискомфорта. В-третьих, *социально-психологические*: повышение порога социального возраста детства до 18 и более лет, про-

¹ Колесов Д.В. Нравственность и пол: Психол. аспекты: учеб.-метод. пособие. М.: Моск. психол.-соц. ин-т: Флинта, 2000. 226 с.

² Протоиерей Д. Свечников, психолог Н. Ярасова «Чайлдфри»: свобода от детей – свобода от счастья? URL: <https://azbyka.ru/semya/chajldfri-svoboda-ot-detej-svoboda-ot-schastja/>

дление возраста инфантильной молодости до 35-40 лет, сознательная *прекариотизация*¹ части взрослого населения и другие массовые проявления инфантильности, формирующие широкий слой взрослых людей, психологических не готовых к родительству.

Проанализировав российские сетевые сообщества чайлдфри, можно видеть, что в них находятся не только женщины, но и мужчины. Выделяются следующие наиболее популярные позиции:

1. Популяризируется опасность родов, роды рассматриваются как причина женской смертности, поэтому надо беречь себя и не рожать. К этой идеологии приписывают и старение женского организма.

2. Отказ от рождения связан с протестным движением, запрещающим аборты. В пабликах женщины пишут, что «это твоя матка, и тебе решать, что с ней делать». Запрет на аборты ведет к отказу от беременности вообще.

3. Негативный опыт детства, травмы, причиненные родителями или их отсутствием, формирует позицию «лучшее, что я могу сделать для своего ребенка – это не иметь его вовсе». Причем такая формулировка характерна как для женщин, так и для мужчин.

4. Мужчины преимущественно ищут женщин чайлдфри, чтобы не иметь обязательств по содержанию детей в будущем.

5. Феминистский дискурс чайлдфри проявляет себя как идеология протеста против традиционных для российского общества ценностей материнства и деторождения: «Чтобы не слышать каждый раз «когда – когда», лучше один раз всем объявить, что «никогда не буду рожать».

¹ От англ. Precariat – «мусорный класс» – люди, вне карьерной траектории и устойчивой профессиональной идентичности, занятые на временных, часто малоквалифицированных работах, или «фрилансеры», готовые легко менять место жительства и работы, лишённые устойчивых социальных корней. Термин впервые вошел в социологический обиход в книге Г. Стэндинга «Прекариат – новый опасный класс» (Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. М.: Ад Маргинем Пресс, 2011).

6. Потребительский инфантилизм, стремление к социальному комфорту, из-за отсутствия воспитательных навыков и представлений об экзистенциальных потребностях ребенка «я не знаю, что делать с ребенком и не хочу этому учиться, тратить свое время».

7. Желание погасить внутренние переживания из-за собственного бесплодия «не хочу иметь детей, потому что не могу».

Социальный портрет представителей движения чайлдфри. По данным Е.Н. Новоселовой, социальный портрет современного чайлдфри можно описать следующим образом: 88,44 % родились в Москве; 61,22 % были единственными детьми в семье; 61,9 % имеют высокое и очень высокое материальное положение; 63,95 % получили высшее образование. Средний возраст человека, придерживающегося взглядов чайлдфри, – 20-35 лет. У 75 % есть постоянный партнер, около половины из них живут вместе с этим партнером на одной территории, соотношение мужчин и женщин среди добровольно бездетных – 1:4. Добровольно бездетные не отодвигают деторождение на будущее, они четко решили – ребенок, а тем более дети, им не нужны, с их точки зрения, это помеха всей жизни: карьере, хобби, самосовершенствованию и даже любви¹.

Среди представителей чайлдфри больше атеистов, людей, которые живут «здесь и сейчас». Они не верят в потусторонние вещи, в нормы, социальные ценности. Это часто единственные дети в семье или старшие дети из больших семей, которые были вынуждены ухаживать за младшими братьями

¹ Новоселова Е.Н. Новые тенденции репродуктивного поведения городского населения России (на примеры Москвы) // Демографические процессы на постсоветском пространстве: 6 Уральский демографический форум / отв. ред. А.И. Татаркин, А.И. Кузьмин. Екатеринбург: Ин-т экономики Урал. отд. РАН, 2015. С. 313-317.

и сестрами и «проиграли» еще в детстве все свои родительские интенции¹.

Выделяется незначительная группа «идейных» чайлдфри, который активно пропагандируют это движение и поддерживают такой радикальный способ контрацепции, как стерилизация².

Ю.А. Антонова, рассматривая коммуникативные стратегии и тактики членов виртуальных сообществ чайлдфри в социальной сети «ВКонтакте», выделяет противопоставления на уровне идентификации («свой – чужой») и реакции («хороший – плохой»). Например, самих себя чайлдфри оценивают как «ученые, путешественники, успешные люди, счастливые пары, не обремененные детьми, люди, которые не боятся продемонстрировать свою свободу выбора». Тех, кто рождает и выступает за рождение детей, причем спорят с чайлдфри о том, что они не правы, называют следующими словами: «плодячка; свиноматка; стада беременных женщин; коровы, рожающие, чтобы их доили; крысомамки; плодиться и штамповать новое человеческое мясо; дети – огрызки; опарыши, личинки».

Противники чайлдфри в полемике с ними используют такие характеристики, как «эгоисты, люди с психологической травмой, детоненавистники, бездетные (защищающие собственную неполноценность), геи, лесбиянки», оценивая себя как «хранительниц очага, счастливых матерей, защитников общественной морали»³.

В целом, оценивая последствия распространения идеологии чайлдфри можно отметить её безусловно деструктивный характер. Все общества, где данная идеология получила распространение испытывают серьезнейшие демографические

¹ Протоиерей Д. Свечников, психолог Н. Ярасова «Чайлдфри»: свобода от детей – свобода от счастья? URL: <https://azbyka.ru/semya/chajldfri-svoboda-ot-detej-svoboda-ot-schastja/>

² Полутова М.А., Жанбаз О.О. Ценностные и мотивационные установки сообщества «чайлдфри» с позиций постмодернизма // Вестник Забайкальского государственного университета. 2015. № 1 (116). С. 89-100.

³ Антонова Ю.А. Коммуникативные стратегии в текстах, репрезентирующих идеологию childfree: на грани экстремизма // Политическая лингвистика. 2013. № 2 (44). С. 170-177.

проблемы: попросту говоря вымирают¹. Навязывание данной идеологии неокрепшему подростковому и юношескому сознанию приводит к глубокой деформации нравственных установок личности, стимулирует эгоизм и инфантилизм, блокирует реализацию ценностей солидарности и социального служения.

Особенностей **в символике и внешнем виде** может не быть, однако в движении чайлдфри есть своя сформированная символика – это запрещающий знак и изображение детской коляски. На платформах интернет продаж предлагается наклейка с текстом «Нет ребенка в машине. Durex», кружки с надписью «childfreeclub».

¹ *Трактина Т.А.* Чайлдфри надо приравнять к демографическому терроризму — эксперт// <https://www.pravda.ru/society/1323611-beloborodov/>

ГЛАВА 4. ГРАФФИТИ: ФЕНОМЕН ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В УРБАНИЗИРОВАННОМ ПРОСТРАНСТВЕ*

Живопись — это искусство выражения невидимого через видимое.

Эжен Фромантен

*Дело не в том, чтобы научиться рисовать,
а в том, чтобы научиться мыслить.*

Стендаль

Современное граффити в России и в мире представляет собой сложный и многогранный феномен, находящийся в состоянии постоянного развития и трансформации. Оно сочетает в себе элементы уличного искусства, признаков субкультуры, социального самовыражения, полуполюгальных и нелегальных рекламных материалов, в некоторых случаях и вандализма.

Граффити представляет собой визуальное явление, заключающееся в нанесении рисунков, надписей или символов на общедоступные поверхности, как правило, без официального разрешения. Этот вид визуального выражения, зачастую спонтанный и неформальный, укоренен в исторической практике маркировки территорий и коммуникации через настенные изображения, но в современной урбанистической среде приобретает сложные социальные, культурные и художественные коннотации. Граффити как феномен объединяет в себе элементы визуальной культуры, коммуникации, формируя уникальную форму взаимодействия с городским пространством¹.

Понятие «граффити» может рассматриваться в широком и узком смысле. Понимание этих различий позволяет более

* Авторы раздела: Волченко Н.Н., Калалва С.А.

¹ Гантарь О.В. Граффити в городском пространстве: лингвистические особенности // КОД науки: исследования молодых ученых. URL: <https://mgpu-media.ru/issues/issue-62/nauka-dlya-megapolisa/graffiti-v-gorodskom-prostranstve-lingvisticheskie-osobnosti.html>

точно анализировать и интерпретировать данное многогранное явление. В широком смысле, граффити – это любое современное изображение, надпись или символ, нанесенный на поверхность в публичном пространстве, зачастую без согласования с владельцами имущества. Под широкое понятие граффити попадают такие графические символы как спонтанные надписи, оставленные людьми в общественных местах, политические лозунги, шутки, цитаты, комментарии на стенах зданий, заборах. Сюда же относятся все виды современного уличного искусства, включая не только классическое граффити, но и стрит-арт, муралы, инсталляции, трафареты, стикеры. Любые знаки, символы, надписи, используемые для обозначения границ владения, присутствия, как, например, пометки на деревьях, знаки банд, нанесенные на стенах.

В узком смысле граффити относится к определенной субкультуре и виду уличного искусства, зародившемуся в конце XX века в США, а затем распространившемуся по всему миру. Это понятие охватывает конкретные стили, техники и практики, связанные с граффити-райтингом.

Существуют различные квалификации граффити, базирующиеся на стиле, технике исполнения и мотивации, которые характеризуют граффити как субкультуру. Основные из них:

Теги (Tags). Простейшая форма граффити, представляющая собой быстро нанесенные на поверхность подписи, как правило, псевдонимы или сокращения, выполненные одним цветом с помощью маркера, баллончика или других подручных средств. Основная цель тегов – это идентификация и утверждение присутствия автора в городской среде, заявление о себе как о граффити-райтере. Также теги могут служить своеобразным “подписанием” более сложных работ.

Троу-апы (Throw Up). Усложненная версия тегов, обычно выполняемая с помощью баллончиков и состоящая из контурной надписи, заполненной одним или двумя цветами. Отличаются от тегов большим размером и формой, занимают большую площадь на поверхности. Троу-апы также служат для идентификации райтера, но акцент смещается в сторону

большей видимости и объема. Они создают более яркое и заметное присутствие, демонстрируя умение быстро и качественно покрывать поверхности.

Бомбинг (Bombing). Быстрое и массовое нанесение тегов или троу-апов в городской среде. Бомбинг нацелен на максимальное распространение имени райтера, часто на сложно-доступных или рискованных поверхностях. Цель бомбинга – утвердить доминирование райтера в пространстве, показать свою смелость и способность преодолевать препятствия. Это своего рода “территориальная экспансия” через граффити.

Фрески / Муралы (Mural): Крупномасштабные произведения, выполненные на стенах зданий или других больших поверхностях. Часто носят тематический или социально-значимый характер. Могут быть выполнены как с разрешения, так и без него. Фрески / Муралы могут служить для эстетического улучшения городского пространства, передачи социально значимых идей, выражения протеста, или же для коммерческих целей.

В зависимости от типа и мотивации, граффити выполняет ряд функций:

Сложные формы граффити, такие как муралы, предоставляют возможность для художественного самовыражения и творческого экспериментирования. Граффити предоставляет возможность авторам проявить свою индивидуальность, утвердить свое присутствие в общественном пространстве и продемонстрировать свою идентичность. Теги и бомбинг могут служить для обозначения территориального присутствия и утверждения доминирования.

Граффити может служить инструментом для выражения социальных идей, протеста и критики социальных проблем. По поводу последних нужно отметить, что политические лозунги все больше приобретают свою популярность и встают на уровне вместе с еще одним видом граффити – трафаретная реклама запрещенных веществ.

Нарко-граффити и деструктивные околополитические лозунги с переменным успехом закрашиваются городскими

службами, но не редко под ликвидацию попадают и небольшие нейтральные произведения искусства, массово наносимые авторами в городской среде с целью эстетического оживления урбанизированного пространства, так как воспринимаются как несогласованные акции.

Граффити, несмотря на свою неоднозначную репутацию, является сложным и многогранным феноменом, отражающим социокультурные процессы и динамику городской жизни. По ним можно понять, чем живет молодёжная среда, как проявляется общественная реакция на её визуальную активность. Граффити представляет собой форму визуальной коммуникации, которая способна как выражать индивидуальные мотивы, так и затрагивать важные социальные вопросы, а также граффити может служить инструментом художественного выражения.

В России по-прежнему популярны традиционные стили граффити, такие как теги, троу-апы, бомбинг и др. Райтеры продолжают развивать собственные стили и техники, экспериментируя с шрифтами, цветами и композицией.

Параллельно с классическим граффити развивается стрит-арт, включающий в себя муралы, инсталляции, трафареты и другие формы уличного искусства. Стрит-арт часто носит социальный или культурный подтекст, привлекая внимание к важным проблемам и создавая диалог с обществом. В России активно набирает популярность легальное граффити, которое создается с разрешения владельцев зданий или при поддержке местных властей. Легальные граффити-проекты помогают украсить городское пространство, создать культурные достопримечательности и поддержать молодых художников. Так на примере Краснодара, как и других городов – известны масштабные муралы, посвященные героям СВО.

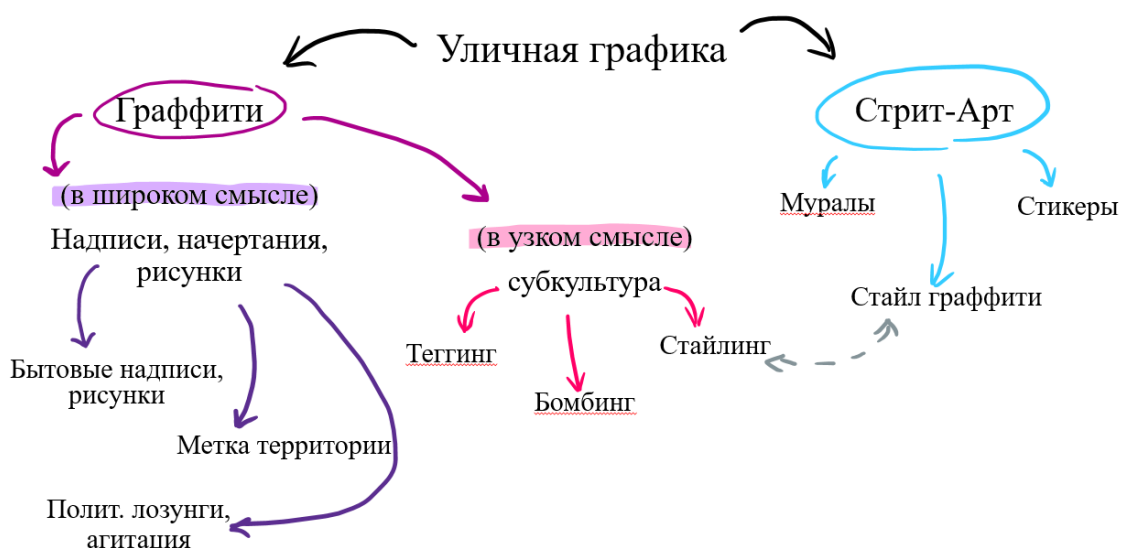
Соответственно меняется отношение общества к граффити – с одной стороны, уличные работы воспринимаются как вандализм, портящий городскую среду. С другой, граффити всё более признаются формой искусства, которая делает город

более ярким и интересным. Постепенно происходит признание уличного искусства как важной части современной культуры.

Граффити для многих молодых людей является важной формой самовыражения, способом заявить о себе и своей позиции, так как часто используется для выражения социальных и политических идей, критики различных социальных неравенств.

Современное граффити в России – это динамичное и многогранное явление, которое продолжает развиваться и трансформироваться, отражая сложные и разнообразные общественно-политические процессы.

Классификатор граффити (вариант) представлен в авторской версии С.А. Калалва:



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Наш социологический экскурс в мир молодежных субкультур получился, конечно, далёким от совершенства. Изначально он задумывался как краткий справочник, потом, почти независимо от воли авторов, превратился в нечто большее, пытаясь совместить в себе два разных жанра – описание и аналитику. То, что получилось в результате, мы решили назвать «путеводителем» по аналогии с популярным жанром литературы для туристов, где вместе с перечислением достопримечательностей можно найти интересные факты из истории той или иной местности вкупе с местными легендами, географическими фактами и гипотезами историков.

Социолог в чем-то подобен путешественнику с той разницей, что социологические путешествия и связанные с ними интеллектуальные приключения, по своему содержанию ближе к образу исследователя, паломника или миссионера, нежели туриста.

Существуют, по-видимому, три главных мотива, побуждающих ученых изучать общество и человеческое поведение:

- 1) чтобы эксплуатировать человека политически и/или экономически, обслуживая потребность власть имущих;
- 2) чтобы свысока наблюдать за человеком, чувствуя интеллектуальное превосходство и зарабатывать на этом (постмодернистские «языковые игры»);
- 3) чтобы сострадательно понять человека и попытаться помочь ему.

Именно последний мотив является органичным для российской интеллектуальной традиции, сформированной классической литературой и её религиозными корнями. Именно в этом ключе интеллектуальной идеологии понимания и сострадания мы пытались выстроить нашу книгу. Современная молодежь, с одной стороны, имея исторически беспрецедентные материальные и досуговые возможности, часто представляется взрослым (родителям, педагогам, воспитателям) поколением избалованных детей, которое «бесится с жиру». С другой

стороны, всем, кто пытался понять современную молодежь очевидно, что это «хрупкое» (популярный психологический термин) поколение, испытывающее острый дефицит подлинных Смысла и Любви, подмененных комфортом и удовольствиями.

Отмечаемое многими исследователями нежелание значительной части современной молодежи взрослеть (а именно это отражает сам феномен субкультур), часто связано с неумением быть взрослым, отсутствием духовного и эмоционального «топлива» личности. В свою очередь объемы и качество этого топлива (возникающим из соединения Любви, Смысла и Воли) закладываются в детстве.

Общаясь с коллегами-педагогами из школ, мы находим подтверждение наблюдаемому в вузах: странным образом «растягивается» подростковый возраст. Вместо привычных возрастным психологам 13-17 лет, подростковость (в смысле специфических психологических и когнитивных особенностей) занимает сегодня в среднем период от 10-11 до 20 с лишним лет. А часто продолжается и дальше, проявляясь у вполне формально взрослых людей в форме «незрелых» моделей мышления, поведения и жизненных стратегий. Всё это, будучи, вроде бы уже обыденным и достаточно изученным, конечно, требует более глубоко и вдумчивого изучения. И здесь социологам есть о чём посоветоваться и что обсудить с психологами, педагогами, культурологами и историками.

Мы с коллегами попытались предложить читателям возможность вместе с авторами взглядеться пристальнее в социологические портреты «знакомых незнакомцев» – адептов молодежных субкультур и движений и поразмышлять о причинах и следствиях их приобщения к этим субкультурам, движениям и идеологиям. Считаем ли мы свою попытку в полной мере удавшейся? Вряд ли. Здесь ещё много работы для социологов и других ученых-гуманитариев.

Социологическое описание реальности, вообще, штука тонкая: всё время нужно искать баланс между «сухой» теорией и простыми «зарисовками» действительности. Однако, хочется надеяться, что у нас хотя бы отчасти это получилось.

РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Брюно В.В., Войнова Е.А., Донцова Г.Г., Ковалёва М.С., Овчарова К.В., Остапенко А.А., Позднякова М.Е., Рудаков М.Г., Рыбакова Л.Н., Хагуров Т.А., Шульгина Е.В., Чепелева Л.М. Экстремальность и экстремизм в социальных практиках российской молодёжи. Москва-Краснодар: Кубанский государственный университет, 2017. 340 с.

2. Зубок Ю.А. Изменяющаяся социальная реальность: рефлексия теоретических и эмпирических аспектов социологического исследования молодежи // Научный результат. Социология и управление. 2022. Т. 8, № 3. С. 10-30. DOI: 10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-2.

3. Зубок Ю.А. Доверие в саморегуляции молодежного экстремизма // Знание. Понимание. Умение. 2015. № 4. С. 63-77. DOI: 10.17805/zpu.2015.4.6.

4. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Саморегуляция смысложизненных ценностей в культурном пространстве молодежи // Вестник Института социологии. 2019. Т. 10, № 4. С. 164-186. DOI: 10.19181/vis.2019.31.4.614

5. Зубок Ю.А., Чупров В.И., Любутов А.С., Сорокин О.В. Жизненные позиции молодежи: смысловые основания формирования // Вестник Института социологии. 2021. Т. 12, № 3. С. 79-98. DOI: 10.19181/vis.2021.12.3.738.

6. Киселев С. В. Знаково-психологические мотивы граффити в молодежной субкультуре // Социологические исследования. 2005. № 9. С. 113–115.

7. Луков В.А. Массовая культура в современном обществе: молодежный аспект // Горизонты гуманитарного знания. 2018. № 5. С. 53-66.

8. Луков В.А. Особенности молодежных субкультур в России // Социологические исследования. 2002. № 10. С. 79-87.

9. Риски взросления в современной России: концепции и факты. Опыт социологического анализа / Т.А. Хагуров,

А.А. Остапенко, А.П. Резник, Е.А. Войнова, М.Е. Позднякова, А.А. Щипкова, Л.Н. Рыбакова, Н.Е. Хагурова; под науч. ред. Т.А. Хагурова. М.: Институт социологии РАН; Краснодар: Кубанский гос. ун-т, Парабеллум, 2013. 276 с.

10. Хагуров Т.А. «Человек потребляющий»: антропологическая девиантология массовой культуры. Saarbrücken: LAMBERT, 2011. 297 с.

11. Хагуров Т.А. Разрушение детства как предпосылка экстремизации сознания молодежи // Социальная педагогика. 2016. № 3. С. 51-61.

12. Хагуров Т.А. Неофашизм vs неогуманизм как континуум девиантологических проблем XXI века // Вестник практической психологии образования. 2015. № 1 (42). С. 109-116.

13. Хагуров Т.А., Остапенко А.А. Риски взросления и угрозы детству. Том Вып. 13. М.: НИИ школьных технологий, 2017. 36 с.

14. Хагуров Т.А., Позднякова М.Е., Ракачев В.Н., Рыбакова Л.Н., Чекинева Т.В., Резник А.П., Любин С.Ю., Войнова Е.А., Мелешко Н.В., Хагурова Н.Е. Девиантное поведение в современной России. М.: Институт социологии РАН, 2014. 200 с.

15. Хагуров Т.А., Чепелева Л.М. Социально-психологические причины распространения субкультуры "АУЕ" (неявные факторы актуальной проблемы) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021. Т. 21, № 2. С. 322-339. DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-2-322-339.

16. Хагуров Т.А. Девиантология – социология и психология зла: монография. М.: ИНФРА-М, 2023. 412 с.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Абраменкова В.В. Во что играют наши дети. Игрушка и антиигрушка. М.: Лепта, 2010. 544 с.
2. Айвазова С. «Второй пол» и женское движение в России // Информационный портал "Женщина и Общество". URL: http://www.owl.ru/win/info/we_my/2000_sp/12.htm.
3. Антонова Ю.А. Коммуникативные стратегии в текстах, репрезентирующих идеологию childfree: на грани экстремизма // Политическая лингвистика. 2013. № 2 (44). С. 170-177.
4. Бирюкова Ю.А. «Нью эйдж» – Супермаркет духовных услуг. URL: <http://www.countries.ru/library/religio/new-age.htm>.
5. Бовуар С. Второй пол. Т. 1 и 2: Пер. с франц. / Общ. ред. и вступ. ст. С.Г. Айвазовой, коммент. М.В. Аристовой. М.: Прогресс; СПб.: Алетейя, 1997. 832 с.
6. Больц Н. Размышления о неравенстве. Анти-Руссо. Размышление о неравенстве. Анти-Руссо / пер. с нем. И.А. Женина; под науч. ред. Я.Н. Охонько; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014. 272 с.
7. Бьюкенен П.Дж. Смерть Запада / Пер. с англ. А. Башкирова. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. 444 с.
8. Вдовенко А. Что такое нью-эйдж и чем опасны религии нового века. URL: <https://lifelifehack.ru/nyu-ejdzh-i-religii-novogo-veka/?ysclid=m1sz9bvt20246375454>
9. Величко Д.Д., Титов Е.С. Криминологические аспекты интернетизации современной молодежной субкультуры // Молодой ученый. 2023. № 16 (463). С. 164-166.
10. Венишко: Новая субкультура или веяние моды? URL: <https://memepedia.ru/vinishko/?ysclid=lwk-wbk2lmy60995543>.
11. Гаптарь О.В. Граффити в городском пространстве: лингвистические особенности // КОД науки: исследования молодых ученых. URL: <https://mgpu-media.ru/issues/issue->

62/nauka-dlya-megapolisa/graffiti-v-gorodskom-prostranstve-lingvisticheskie-osobennosti.html.

12. Герасимов Н.П., Говтян В.А. Скейтбординг как вид спорта и способ самовыражения в аспекте подростковой субкультуры // Тенденции развития науки и образования. 2024. № 107-7. С. 22-25.

13. Гидденс Э. Трансформации интимности. СПб.: Питер. 2004. 208 с.

14. Дворкин А.Л. Сектоведение. Тоталитарные секты: опыт систематического исследования. Нижний Новгород: Христианская б-ка, 2014. 816 с.

15. Доктор наук: АУЕ стало «модным всероссийским мемом» // ИА «Байкал-Daily». URL: <https://www.baikal-daily.ru/news/20/257041/>.

16. Евдокимов Д.А. История развития саберфайтинга в России // III Всероссийский фестиваль науки XVII международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и образование». Т. III. Педагогика и психология. Часть 1: Актуальные проблемы педагогики и психологии. Физическая культура и спорт. Томск: ТГПУ, 2013. С. 50-52.

17. Захарова О.В., Нойкова Е.А. Зарождение феминизма и феминистского движения в конце XVIII – первой половине XIX века // Вестник Рязанского государственного университета им. С. Есенина. 2020. № 2 (67). С. 78-84.

18. Зимбардо Ф., Коломбе Н. Мужчина в отрыве: игры, порно и потеря идентичности: Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2017. 344 с.

19. Ионин Л.Г. Восстание меньшинств. М.; СПб.: Университетская книга, 2012. 327 с.

20. История скейтбординга. URL: <https://fedskate.ru>.

21. История теоретической социологии. В 4-х. т. Т. 4 / Отв. ред. и составитель Ю.Н. Давыдов. СПб.: РХГИ, 2000. 736 с.

22. Колесов Д.В. Нравственность и пол: Психол. аспекты: учеб.-метод. пособие. М.: Моск. психол.-соц. ин-т: Флинта, 2000. 226 с.

23. Комов С., Лобанов И., Канунников В., Зиверт Т. Троянский конь культурной свободы. Часть XI. Кто и зачем запускал сексуальную революцию? // Газета «Суть времени» № 472 / 10 марта 2022. URL: <https://rossaprimavera.ru/article/41ecf006>.

24. Комов С., Лобанов И., Канунников В., Зиверт Т. Троянский конь культурной свободы. Часть XVI. «Неформальные» порывы к Западу // Газета «Суть времени» № 551 / 18 сентября 2023. URL: <https://rossaprimavera.ru/feed/troyanskiy-kon-kulturnoy-svobody>.

25. Крутских П.Ю. Скейтбординг как инструмент прочтения города // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 1 (149). С. 292-310.

26. Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой. СПб.: Питер, 2018. 352 с.

27. Лоло М.М. Кинорелигия – индикатор состояния политической культуры общества // European Social Science Journal. 2014. № 8-2 (47). С. 551-558.

28. Луков В.А. Молодежные субкультуры в современной России // Гуманитарное знание в XXI веке Гуманитарное знание: тенденции развития в XXI веке: В честь 70-летия Игоря Михайловича Ильинского / под общ. ред. Вал. А. Лукова. М.: Изд-во Нац. ин-та бизнеса, 2006. С. 478-505.

29. Луков В.А. Теории молодежи: междисциплинарный анализ. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2012. 528 с.

30. Лякина Я.С. Феномен хикикомори: обзор исследований // Reflexio. 2018. Т. 11, № 1. С. 99-153.

31. Мартьянов Д.С. Анонимность как политическая ценность киберкультуры // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. № 12 (38): в 3-х ч. Ч. III. С. 116-119.

32. Мартьянов Д.С. Виртуальные сообщества в блогах: практика взаимодействия с политическими акторами // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2007. Т. 13, № 36. С. 67-75.

33. Медведева И.Я., Шишова Т.Л. Скачут всадники ночи... Кто они, идеологи глобального содома? М.: Зерна, 240 с.

34. Мелик-Гайказян И.В. Новая культура для новых людей // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2014. № 7 (148). С. 33-44.

35. Нестерова А.А., Кичман Д.Н. Личностные особенности лиц, находящихся в состоянии острой социальной самоизоляции (хикикомори) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2022. № 2. С. 117-134.

36. Новоселова Е.Н. Новые тенденции репродуктивного поведения городского населения России (на примеры Москвы) // Демографические процессы на постсоветском пространстве: 6 Уральский демографический форум / отв. ред. А.И. Татаркин, А.И. Кузьмин. Екатеринбург: Ин-т экономики Урал. отд. РАН, 2015. С. 313-317.

37. Остапенко А.А., Шувалов А.В. Путь к полноте образования человека: от законничества через благодатность ко спасению // Живая вода. научный альманах. Сер. "Православие. Педагогика. Психология" ГАОУ ДПО «Калужский государственный институт модернизации образования». Калуга, 2012. С. 63-75.

38. От аутизма до эйджизма // Словарь злободневных терминов. URL: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/217613-what-s-the-word>.

39. Полутова М.А., Жанбаз О.О. Ценностные и мотивационные установки сообщества «Чайлдфри» с позиций постмодернизма // Вестник Забайкальского государственного университета. 2015. № 1 (116). С. 89-100.

40. Порошенко О.Ю., Харисова Т.А. Ускользящая женственность или Eat your make-up: критика радикального феминизма. URL: <http://globkazan.narod.ru/a15.htm>.

41. Протоиерей Д. Свечников, психолог Н. Ярасова «Чайлдфри»: свобода от детей – свобода от счастья? URL:

<https://azbyka.ru/semya/chajldfri-svoboda-ot-detej-svoboda-ot-schastja/>.

42. Риски взросления в современной России: концепции и факты. Опыт социологического анализа / Т.А. Хагуров, А.А. Остапенко, А.П. Резник, Е.А. Войнова, М.Е. Позднякова, А.А. Щипкова, Л.Н. Рыбакова, Н.Е. Хагурова; под науч. ред. Т.А. Хагурова. М.: Институт социологии РАН; Краснодар: Кубанский гос. ун-т, Парабеллум, 2013. 276 с.

43. Сафонова Т.А. Социологический анализ социальных практик многоуровневого маркетинга: авт. дисс. ... канд. социол. наук., 2007. URL: <https://www.dissercat.com/content/sotsiologicheskii-analiz-sotsialnykh-praktik-mnogourovneвого-market-inga?ysclid=m48aqrpvota902604221/read/read/read>.

44. Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты. История американской рекламы: Пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой. СПб.: Питер, 2002. 576 с.

45. Строев С. Феминизм как социальное явление. URL: http://www.za-nauku.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=2011&Itemid=36.

46. Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. М.: Ад Маргинем Пресс, 2011. 328 с.

47. Султанова К.И. Трансформация сообщества скейтбордистов: взаимодействие с пространством города // Современная социологическая наука: ключевые тренды и перспективы исследования общества. сборник научных трудов V Международной конференции. Казань, 2022. С. 224-233.

48. Тарасов А. Страна из трех букв (АУЕ: Кто стоит за криминализацией подростков, вводит их в преступное пространство, или Хроники новой пионерии) // Новая газета. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/06/16/72816>.

49. Темкина А.А. Женское движение Второй волны: истоки, концептуализация, результаты. URL: <http://www.eu.spb.ru/gender/movement.zip>.

50. Тихонова В.Л. Философская интерпретация кинотекста «реальная сказка»: экзистенциальный аспект // Вестник

Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2016. № 4 (34). С. 140-145.

51. Троянский конь культурной свободы // ИА Красная Весна. URL: <https://rossaprimavera.ru/feed/troyanskiy-kon-kulturnoy-svobody>.

52. Фитоняшки: кто это такие и что у них в голове. URL: <https://life.ru/p/875912>.

53. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности: Перевод / Авт. вступ. ст. П.С. Гуревич. М.: Республика, 1994. 447 с.

54. Хагуров Т.А. На краю пропасти. Девиантологические этюды об образовании, культуре и политике. Краснодар: Парабеллум, 2015. 218 с.

55. Хагуров Т.А. Разрушение детства как предпосылка экстремизации сознания молодежи // Социальная педагогика. 2016. № 3. С. 51-61.

56. Хагуров Т.А. Девиантология – социология и психология зла: монография. М.: ИНФРА-М, 2023. 412 с.

57. Хагуров Т.А. Человек-потребитель: девиантологический анализ феномена // Труды Кубанского государственного аграрного университета. 2006. № 4. С. 290-300.

58. Хагуров Т.А., Чепелева Л.М. Социально-психологические причины распространения субкультуры «АУЕ» (к вопросу о неявных факторах актуальной проблемы) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 2. С. 322-339.

59. Халецкая И. «Вечер в хату»: насколько опасна субкультура АУЕ // РИА-новости. URL: <https://ria.ru/society/20170719/1498753809.html>.

60. Чурилов С.А., Lupin M.H. Современные молодежные субкультуры: исследование ЦИСМ. Обзор. НЦПТИ. 2024. № 1 (36). С. 6-23.

61. Эстетика «Drain» и ее влияние на звук современной поп культуры. URL: <https://deziign.ru/project/bcf5c9ec571c4326a343aec484c0ff76?ysclid=m4qx13ab1k288411280>.
62. Hu X., Fan D., Shao Y. Social Withdrawal (Hikikomori) Conditions in China: A Cross-Sectional Online Survey // *Frontiers in Psychology*. 2022. № 13. URL: <https://www.frontiersin.org>.
63. Husu H.M., Välimäki V. Staying inside: social withdrawal of the young, Finnish ‘Hikikomori’ // *Journal of Youth Studies*. 2017. № 20 (5). P. 605-621
64. Kurth J. The American Way of Victory // *National Interest*. 2000. URL: https://ciaotest.cc.columbia.edu/olj/ni/ni_00kuj01.html.
65. Lee Y.S., Lee J.Y., Choi T.Y. Home visitation program for detecting, evaluating and treating socially withdrawn youth in Korea // *Psychiatry and Clinical Neurosciences*. 2013. № 67 (4). P. 193-202
66. McKenzie S. Star chores: Do Jedi want to marry people? // *BBC News*. 20 марта 03.2013. URL: <http://www.bbc.com/news/uk%scotland%highlands%islands%21844467>
67. Runskе K. Empty Hearts and Empty houses. Britain: Family Publications, 1990.
68. Tiryakian E.A. Toward the Sociology of Esoteric Culture // *American Journal of Sociology*. 1972. Vol. 78 (3). P. 491-512.
69. Veevers Jean E. Childless by Choice. Butterworths, Toronto 1980.
70. VSCO Girl (37 фото): стиль одежды и макияж виско гёрл. Как стать? Список вещей что носят, прически и комната. URL: <https://vplate.ru/stili-odejdy/vsco-girl/?ysclid=lwkssy92hc585264>.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Бойченко Софья Андреевна, студентка КубГУ, 2 курс, направление подготовки «Социология».

Буевич Натан Дмитриевич, студент КубГУ, 2 курс, направление подготовки «Социология».

Власко Алёна Александровна, студентка КубГУ, 2 курс, направление подготовки «Социология».

Волченко Никита Николаевич, канд. биол. наук, доцент кафедры генетики, микробиологии и биотехнологии КубГУ, специалист Координационного центра КубГУ по профилактике деструктивных явлений в молодежной среде.

Еремеева Анастасия Александровна, студентка КубГУ, 4 курс, направление подготовки «Социология».

Ерок Андрей Дмитриевич, канд. экон. наук, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента КубГУ, специалист Координационного центра КубГУ по профилактике деструктивных явлений в молодежной среде.

Иванова Маргарита Сергеевна, помощник заместителя главы администрации (губернатора) Краснодарского края, соискатель кафедры социологии КубГУ.

Железняк Софья Михайловна, студентка КубГУ, 4 курс, направление подготовки «Социология».

Затолокина Вера Александровна, студентка КубГУ, 4 курс, направление подготовки «Социология».

Калалва Сабрина Адельевна, студентка КубГУ, 3 курс, направление подготовки «Педагогическое образование», профиль «История».

Лабутина Анастасия Вадимовна, студентка КубГУ, 4 курс, направление подготовки «Социология».

Лагунова Вероника Сергеевна, студентка КубГУ, 2 курс, направление подготовки «Социология».

Моргун Аркадий Андреевич, студент КубГУ, 4 курс, направление подготовки «Социология».

Олифир Ирина Александровна, старший преподаватель-методист Краснодарского университета МВД России, соискатель кафедры социологии КубГУ.

Панчухина Ариана Сергеевна, студентка КубГУ, 4 курс, направление подготовки «Социология».

Рощина Наталья Михайловна, канд. социол. наук, доцент кафедры социологии КубГУ.

Студеникина Елена Станиславовна, канд. социол. наук, доцент кафедры социологии КубГУ.

Усова Любовь Викторовна, канд. социол. наук, доцент кафедры социологии КубГУ.

Фадеева Мария Михайловна, студентка КубГУ, 2 курс, направление подготовки «Социология».

Хагуров Темыр Айтчевич, д-р социол. наук, заведующий кафедрой социологии КубГУ.

Хачатурова Оксана Сергеевна, студентка КубГУ, 4 курс, направление подготовки «Социология».

Хромых Кристина Сергеевна, студентка КубГУ, 4 курс, направление подготовки «Социология».

Чепелева Александра Анатольевна, преподаватель кафедры социальной работы, психологии и педагогики высшего образования КубГУ.

**ПРИМЕРЫ ГРАФИЧЕСКИХ СИМВОЛОВ
РАЗЛИЧНЫХ СУБКУЛЬТУР И ДВИЖЕНИЙ**

АУЕ



Рисунок 1 – Граффити на одном из жилых домов города Краснодара



Рисунок 2 – Фото из магазина с организованной продажей одежды с символикой АУЕ (фото из открытых источников)

СКИНХЕДЫ



Рисунок 3 – Скинхеды (фото из открытых источников)



Рисунок 4 – Примеры плакатов российских скинхедов (фото из открытых источников)

ОКОЛОФУТБОЛЬНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ



Рисунок 5 – «Тигры Аркана»
(фото из открытых источников)



Рисунок 6 – «Динамо» (Москва) и
ОФК (Белград) (фото из открытых
источников)



Рисунок 7 – Фанаты «Спар-
така» в память о бомбарди-
ровке Югославии войсками
НАТО (фото из открытых ис-
точников)



Рисунок 8 – «Делие» в память
о Дарье Дугиной (фото из открытых
источников)



Рисунок 9 – Символика, используемая хорватскими и украинскими ультрас (фото из открытых источников)



Рисунок 10 – Слоган «Вместе возродим величие Европы» (перевод с укр. и сербохорв.) (фото из открытых источников)



Рисунок 11 – Стикер с нацистскими слоганами «Серба на вербу [повесить]» (перевод с сербохорв.) «Москалей на ножи» (перевод с укр.) (фото из открытых источников)



Рисунок 12 – Матч «Карпаты» (Львов) – «Шахтер» (Донецк). Львов, 2011 год (фото из открытых источников)



Рисунок 13 – Акция болельщиков «Зенита» (Санкт-Петербург) против Fan ID (фото из открытых источников)



Рисунок 14 – Акция болельщиков «Динамо» (Москва) против Fan ID (фото из открытых источников)

ОФФНИКИ



Рисунок 15 – Stone Island (фото из открытых источников)



Рисунок 16 – C.P. Company, Lonsdale (фото из открытых источников)



Рисунок 17 – Марка Fred Perry (фото из открытых источников)



Рисунок 18 – Нарарайри (фото из открытых источников)



Рисунок 19 – В стиле оффника агрессия может сочетаться романтизмом (фото из открытых источников)

КОЛУМБАЙН или СКУЛШУТЕРЫ

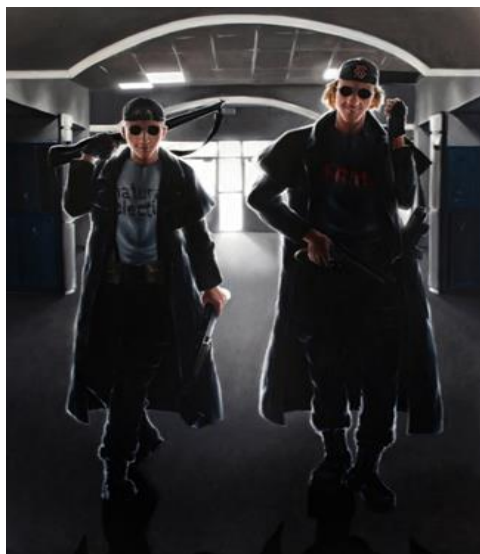


Рисунок 20 – отличительные особенности «Колумбайна» (фото из открытых источников)



Рисунок 21 – На странице в соцсетях могут быть фотографии оружия или другие с насильственной тематикой «Колумбайна» (фото из открытых источников)



Рисунок 22 – «Колумбайн» (фото из открытых источников)

ДРЕЙНЕРЫ



Рисунок 23 – Футболка в стиле техно (дрейнеры) (фото из открытых источников)



Рисунок 24 – Примеры дрейн-арта (фото из открытых источников)

АНИМЕ



Рисунок 25 – Граффити в стиле аниме г. Краснодар



Рисунок 26 – Косплей-фестиваль (фото из открытых источников)

НЯШКИ



Рисунок 27 – Одежда няшек (фото из открытых источников)



Рисунок 28 – Примеры няшных граффити

КЕЙПОПЕРЫ



Рисунок 29 – Карты кейпоперов (фото из открытых источников)



Рисунок 30 – Соревнования по cover dance
(фото из открытых источников)



Рисунок 31 – Стиль кейпоперов (копия айдовлов)
(фото из открытых источников)

ПАНК-КУЛЬТУРА



Рисунок 32 – Пример внешнего вида панков (фото из открытых источников)



Рисунок 33 – Пример граффити панков (фото из открытых источников)



Рисунок 34 – Панк-культура (фото из открытых источников)



Рисунок 35 – Символика панков (фото из открытых источников)

СКЕЙТ-ПАРКОВАЯ СУБКУЛЬТУРА

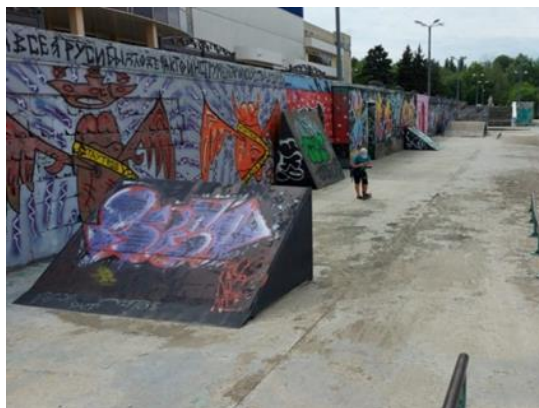


Рисунок 36 – Скейтпарк Сквера дружбы в г. Краснодар («на Затоне»)



Рисунок 37 – Скейтпарк – неформальный центр сбора молодежи



Рисунок 38 – Крытый скейтпарк «Завод» в г. Краснодар



Рисунок 39 – Фото боула в мкр. Юбилейный, г. Краснодар

ДЖЕДАИЗМ

STAR WARS SYMBOLS



Рисунок 40 – Джедайские символы
(фото из открытых источников)

РОЛЕВИКИ



Рисунок 41 – Примеры игр ролевиков
(фото из открытых источников)

«ВИРТОВСКИЕ»

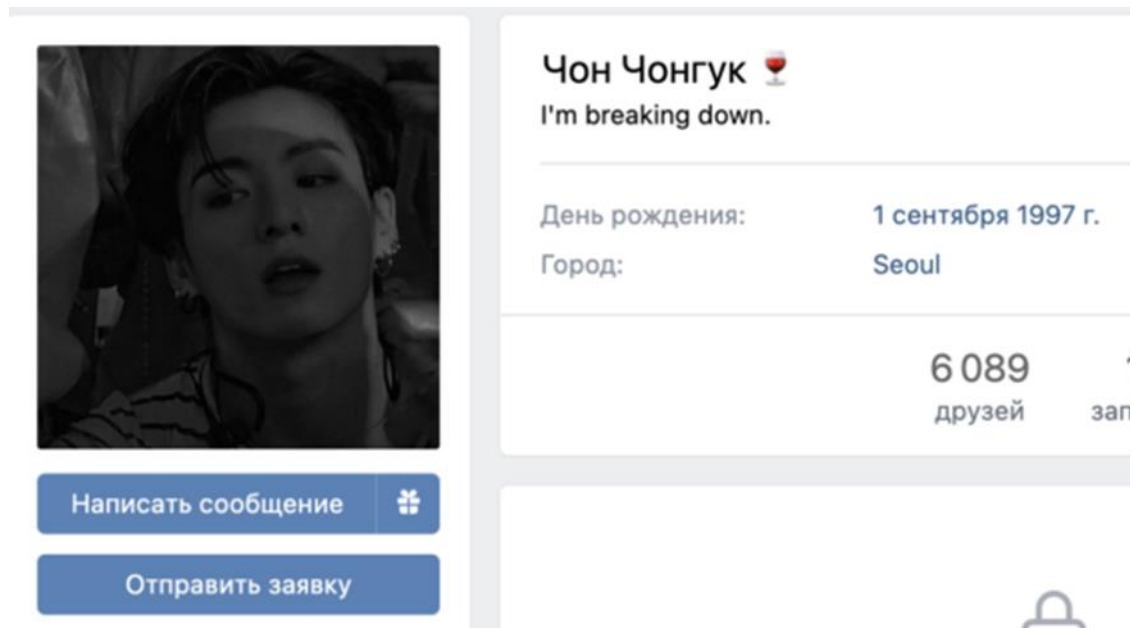


Рисунок 42 – Пример фейковой страницы
(фото из открытых источников)

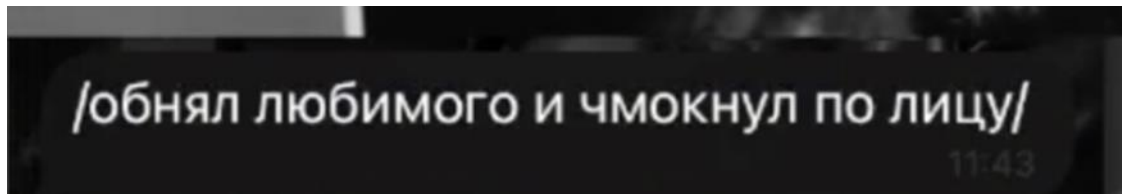


Рисунок 43 – Пример виртовой переписки
(фото из открытых источников)

НЬЮ ЭЙДЖ



Рисунок 44 – Примеры символики Нью Эйдж
(фото из открытых источников)

ПОП-ПСИХОЛОГИЯ

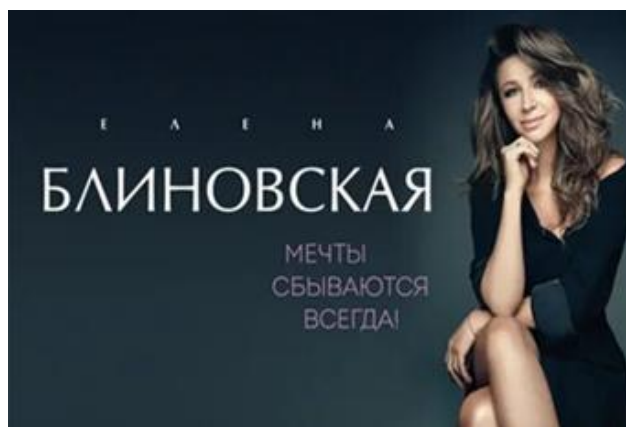


Рисунок 45 – Реклама поп-психологии
(фото из открытых источников)

ЗОЖ И БЬЮТИ-ДВИЖЕНИЯ



Рисунок 46 – ЗОЖ и бьюти-движения в интернете
(фото из открытых источников)

ФИТОНЯШКИ

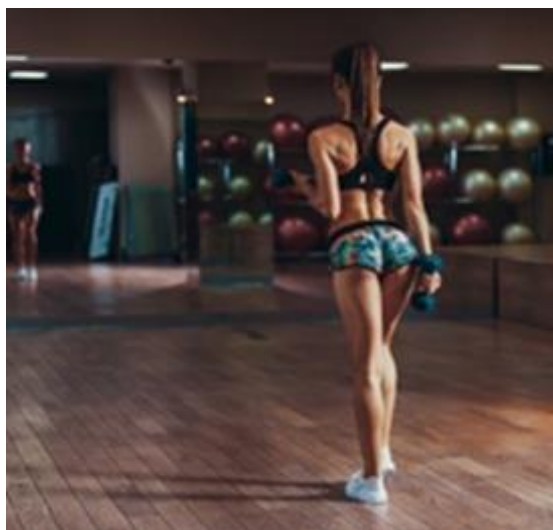


Рисунок 47 – Самопрезентация фитнесок
(фото из открытых источников)

БОДИПОЗИТИВ



Рисунок 48 – Бодипозитив
(фото из открытых источников)

VSCO girl



Рисунок 49 – Внешний вид и аксессуары VSCO girl
(фото из открытых источников)

ВИНИШКО-ТЯН



Рисунок 50 – Внешний вид Винишко-тян
(фото из открытых источников)

ЧАЙЛДФРИ



Рисунок 51 – Символика чайлдфри (фото из открытых источников)

ГРАФФИТИ



Рисунок 52 – Теги (фото из открытых источников)



Рисунок 53 – Троу-апы (фото из открытых источников)



Рисунок 54 – Бомбинг (фото из открытых источников)

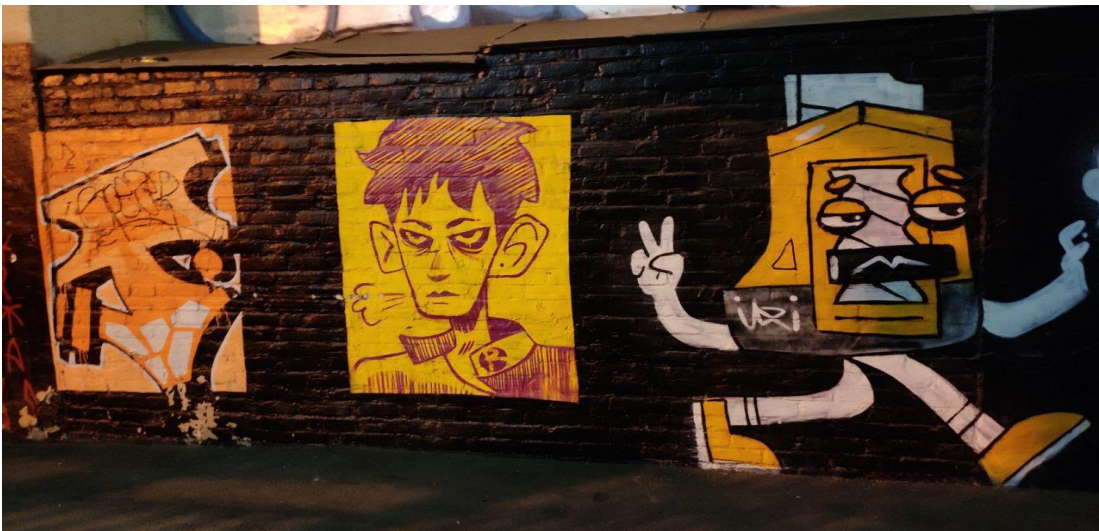


Рисунок 55 – Фрески / Муралы (фото из открытых источников)

Приложение 2

ПРИМЕРЫ ГРАФФИТИ Г. КРАСНОДАРА



























Издательский дом «Народное образование»

**МОЛОДЕЖЬ НАШЕГО ГОРОДА:
СУБКУЛЬТУРЫ, ДВИЖЕНИЯ,
ИДЕОЛОГИИ, ПРАКТИКИ**

Социологический путеводитель

Хагуров Т.А., Волченко Н.Н., Ерок А.Д., Иванова М.С.,
Олифир И.А., Рощина Н.М., Студеникина Е.С.,
Усова Л.В., Чепелева А.А., Бойченко С.А., Буевич Н.Д.,
Власко А.А., Еремеева А.А., Железняк С.М.,
Затолокина В.А., Калалва С.А., Лабутина А.В.,
Лагунова В.С., Моргун А.А., Панчухина А.С.,
Фадеева М.М., Хачатурова О.С., Хромых К.С.

Коллективная монография

Дизайн обложки – А.А.Остапенко

Подписано в печать 26.12.2024. Выход в свет 09.01.2025.

Формат 60×84¹/16.

Печать цифровая. Уч.-изд. л. 10,2.

Тираж 500 экз. Заказ №

Кубанский государственный университет
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149.
Издательско-полиграфический центр КубГУ
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149.