



Центр изучения и сетевого
мониторинга молодежной среды

Представленное исследование особенностей коммуникаций современных молодежных сетевых субкультур позволяет раскрыть характер взаимодействия молодежной аудитории на межличностном и негрупповом уровнях.

Изучение молодежных субкультур как формы проявления социальной активности молодого поколения будет способствовать успешному регулированию процесса социализации и приобщения молодежи к различным видам социокультурных ценностей.

Исследование молодежных субкультур, представленных в онлайн-среде, проведено специалистами автономной некоммерческой организации «Центр изучения и сетевого мониторинга молодежной среды» с использованием собственного мультимодального нейросетевого программного комплекса, разработанного для осуществления мониторинга и анализа текстового и графического контента, распространяемого в сетевом пространстве.

Центр изучения и сетевого
мониторинга молодежной среды



СОВРЕМЕННЫЕ МОЛОДЁЖНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ В ОНЛАЙН-СРЕДЕ

Исследование особенностей
коммуникации и конфликта

2023



/СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
СУБКУЛЬТУРЫ И ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СУБКУЛЬТУР В XX ВЕКЕ	7
Понятия «субкультура», «сетевая субкультура»	8
История возникновения субкультур	13
Переход субкультур в онлайн среду	18
КЛАССИФИКАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ МОЛОДЕЖНЫХ СУБКУЛЬТУР	23
Плюрализм субкультур	24
Классификация по критерию продуктивности/деструктивности	25
Классификации по критерию интересов и идеологии	28
Субкультуры поколений Y, Z, Альфа	35
Конфликтный потенциал молодежных субкультур	69
ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ КОММУНИКАЦИИ И КОНФЛИКТА	78
Программа исследования	79
Результаты исследования	87
Обсуждение	110
Выводы	115
Рекомендации к практическому приложению	118
Заключение	121
ПРИЛОЖЕНИЯ	123
Список литературы	124
Приложение 1	135
Приложение 2	146

Культура является одним из основных институтов социализации личности влияющим на формирование сознания человека и общества в целом посредством трансляции своего содержания через различные большие группы, которые составляют доминирующую культуру и субкультурные течения. **Наиболее подверженной влиянию положительных, нейтральных, а также деструктивных субкультурных течений по-прежнему остается молодежь, находящаяся в активном процессе поиска личностной и социальной идентичности.**

Важно понимать, что **субкультуры по своей природе являются временными явлениями, ограниченными масштабом распространения определенной идеологии и символики.** Несмотря на локальный характер распространения во времени и социальном пространстве, на сегодня тенденции развития и трансформации субкультурных течений не угасают. При этом современное общество отличается неограниченными возможностями доступа в Интернет-пространство, в котором распространение различных идей и ценностей происходит быстрее и охватывает более широкую аудиторию. Активность молодежи, обусловленная включенностью в неформальные объединения, из реальной жизни переходит в социальные сети, где участники субкуль-

тур получают доступную площадку для самовыражения и коммуникации.

В социальных сетях актуализируется как нейтральная, так и деструктивная субкультурная активность. Социальные сети облегчают процесс вовлечения участников в различные сообщества и поддержание коммуникации между ними, что способствует быстрой экспансии онлайн субкультур, транслируемых ими ценностей, мировоззрения и образа жизни. Однако при своевременной работе с деструктивным субкультурным контентом в социальных сетях возможно смещение вектора интересов молодежи с деструктивных явлений на позитивные и социально полезные.

АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Актуальность исследования обусловлена необходимостью выявления и регулирования существующих деструктивных субкультур, причиняющих вред психическому, физическому здоровью и (или) развитию детей, подростков и молодежи. Субкультуры, возникающие в конкретное историческое время, отражают психологические потребности молодежи, принимаемые и отвергаемые социальные нормы, представления, ценности в случаях, когда социализация происходит благополучно или отклоняется от требований социальной среды.

Субкультурные течения, характеризующиеся высокой степенью согласия могут оказывать информационное влияние на массы

В одних случаях данное явление приводит к уникальным инновациям, а в других – к нежелательным девиациям. Изучение связей между субкультурами и их конфликтных взаимодействий открывает возможности для предупреждения и профилактики деструктивных влияний, их компенсации позитивными интересами.



01 Объект исследования

молодежные субкультуры, представленные в офлайн и онлайн-среде.

02 Предмет исследования

транслируемые установки, особенности коммуникации и взаимодействия молодежных субкультур, представленных в офлайн и онлайн-среде.

03 Цель исследования

выявление и сравнение установок, особенностей коммуникации и возможных оснований конфликта у молодежных субкультур, представленных в онлайн-среде.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ

- ♦ Выявление основных молодежных субкультур современности, представленных в офлайн и онлайн-среде и влияющих на социализацию молодежи.
- ♦ Выявление специфики формирования ценностей и транслируемых установок среди молодежных субкультур.
- ♦ Исследование особенностей коммуникации и конфликта у субкультурных течений на примере направлений «Аниме» и «Пацанское».

АНАЛИЗ

При написании работы была проанализирована нормативно-правовая база России, а также решения по блокировке и предотвращению деструктивных намерений, исходящих от субкультур.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ОСНОВА ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретическую основу исследования составили работы таких авторов, как: А.С. Голобоков, И.А. Зайцева, Т.Н. Иванова, Н.Л. Клячкина, Е.Н. Пачколина, С.И. Левикова, Е.Л. Омельченко, Ю.А. Титова, В.Л. Назаров. В настоящем исследовании основное внимание уделяется хронологическому периоду с 1990-х годов по настоящее время.

НОВИЗНА ИССЛЕДОВАНИЯ

Новизна исследования выражена в комплексном анализе влияния социокультурных факторов на социализацию молодежи в постоянно меняющейся современности.

КЛАССИФИКАЦИЯ СУБКУЛЬТУР

Субкультуры классифицируются нами по различным основаниям, в том числе, с учетом поколенческой специфики. Выстраивается пространство субкультур – «калейдоскоп», который позволяет прогнозировать возможные межгрупповые конфликты.



/СУБКУЛЬТУРЫ И ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СУБКУЛЬТУР В XX ВЕКЕ



ПОНЯТИЯ «СУБКУЛЬТУРА», «СЕТЕВАЯ СУБКУЛЬТУРА»

Понятие «культура» в социологическом знании обозначает созданную людьми искусственную среду социализации – обычаи, верования, ценности, нормы, символы, находящие свое выражение в предметной среде, моделях поведения, которые усваиваются людьми и передаются из поколения в поколение¹.

В широком смысле, культура – это совокупность созданных человечеством материальных и духовных ценностей, а также способов их воссоздания, трансляции², т.е. все, что создается обществом и человеком и не является природой. **В узком смысле** культура ассоциируется с искусством – его производством, распространением, сохранением и рассматривается как духовная жизнь общества.

С точки зрения социальной психологии

«культура» понимается как коммуникативное и символическое пространство, содержащее определенные ценности, установки, символы, язык, системы правил и норм взаимодействия, разделяемых людьми в данном обществе (К. Гирц³, А. Тоффлер⁴, М. Брейк⁵); набор возможных траекторий социализации, поиска социальной идентичности (Т.Д. Марцинковская, И.В. Чумиче-Субкультура представляет собой общность людей, для которых характерно наличие сформировавшихся норм поведения, установок, обычаев, комплексов ценностей и мировоззрения; она является частью культуры общества, для которой характерны отвлечения от общих интересов.

В одних случаях это может породить антагонизм⁶ между малой и доминирующей культурой, а в других случаях – взаимное дополнение⁷.

¹ Гуреев А.С. Народные субкультуры: устные традиции // Вестник СВГУ. 2018. № 5.

² Чумичева И. В. Ермаков Е. А. Социальная психология: традиционная культурологическая парадигма // Вестник СВГУ. 2018. № 5.

³ Гирц К. Внутренняя культура: об идеологии культуры // Вестник СВГУ. 2018. № 5.

⁴ Тоффлер А. Будущее (1993) – М.: Издательство АСТ, 2002. – 597 с.

⁵ Брейк М. Социология – М.: Феникс, 1998. – 388 с.

⁶ Марцинковская Т.Д., Чумичева И.В. Эволюция субкультур подростка в современном информационном пространстве // Вестник СВГУ. 2018. № 5.

⁷ Чумичева И.В. Социальная психология: Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 354 с.

⁸ Мид М. Культура и мир детства – М.: Детгиз-Москва, 2001. – 391 с.

⁹ Виноградский И. П., Пилипенко В. Н. Эволюция субкультур и идентичности подростков: традиционная культурологическая парадигма // Вестник СВГУ. 2018. № 5. С. 104-114.

Являясь противоречивым явлением, субкультура берет начало от понятия «подземной культуры» («андерграунда») и «контркультуры», что определяет ее как «низовую культуру», образовавшуюся в уличной среде¹¹. Образование субкультур является естественным социальным процессом.

Для любой субкультуры существует обязательный набор характерных **признаков**¹², и отсутствие какого-либо из них ставит под вопрос возможность отнесения социокультурного образования к субкультуре¹³.

ХАРАКТЕРНЫЕ ПРИЗНАКИ СУБКУЛЬТУР



Знаковые признаки

Символика, атрибутика, язык.



Поведенческие признаки

Ритуалы, нормы поведения, специфический стиль жизни.



Социальные признаки

Общая интерпретация восприятия окружающего мира, общие мировоззрение, установки, особенности коммуникации, понимание своей социальной принадлежности, наличие инициативного центра, генерирующего идеи.



”

При наличии указанных признаков мы можем говорить об общности людей как о субкультуре

Важно понимать, что субкультуры могут иметь положительный, нейтральный и деструктивный характер.

¹¹ Марущанко Ю. В. Молодежная субкультура: определение понятия // Ю. П. Марущанко / / 100 Международная конференция «Мир культуры: ценности, традиции и современная жизнь: философия, социология, искусство», 19-20 июля 2011 г., Екатеринбург. / 1 / 3 // Екатеринбург: ИУУ, 2011. - С. 85-88.

¹² Шиханова Т. Субкультуры // Социальная герменевтика. - М.: ИТТ, 2003. - С. 34 - 35.

¹³ Лисицкая С. И. Молодежная субкультура: определение. - М.: ФАИР Пресс, 2004. - С. 697.

”

В настоящее время сетевая субкультура осуществляет активную деятельность в сети Интернет

СЕТЕВАЯ СУБКУЛЬТУРА

Сетевая субкультура, ведущая активность в сети Интернет, представляет собой социальную общность людей, идентифицирующих себя с данной группой и разделяющих общие цели, ценности, мировоззрение и элементы образа жизни, которые отличают данную группу от большинства.

В сетевой субкультуре сохраняются основные признаки офлайн-субкультур (перечисленные выше), которые начинают транслироваться в цифровом следе пользователей.

МОЛОДЕЖНАЯ СУБКУЛЬТУРА

Под молодежной субкультурой принято понимать социальную общность, представители которой идентифицируют себя с ней. Члены такой общности могут формировать группы как непосредственного контакта (компании, объединения), так и виртуального общения (форумы, чаты, виртуальные группы). Понимание субкультур как текучих, временных, разрозненных образований – «новых племен» – постепенно сформировалось у исследователей субкультурных практик городской молодежи¹⁴.

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЕТЕВОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

Размытость пространственных границ

Раскрепощение пользователей в цифровом пространстве

Лёгкость вхождения в субкультуру

Анонимность пользователей

Равенство социальных статусов её участников

¹⁴ Рыбак Е. В., Бончарик С. К. Молодежные субкультуры: особенности формирования и функционирования в виртуальном пространстве. - Санкт-Петербург: Издательство «Кристалл», 2012. - 100 с.

Сетевое сообщество является более широким понятием по отношению к сетевой субкультуре

А также отражает качественно иную социальную реальность: сетевые сообщества представляют собой группы людей, формирующиеся вокруг каких-либо интересов, целей, хобби и имеющие низкую сплоченность. В отличие от представителей субкультур, участники сетевых сообществ не обязательно разделяют схожие ценности и имеют низкую степень идентификации с группой. Сетевые сообщества не могут быть отождествлены с понятием «сетевой субкультуры», так как кроме предмета общего интереса у них отсутствуют другие признаки субкультуры.

К сообществам принято относить объединения в различных социальных сетях или иных интернет-ресурсах, к которым следует отнести блоги, веб-форумы, группы и т.д.

Определяя понятия «течение» и «движение» необходимо подчеркнуть отечественный опыт в исследовании молодежных объединений, основу которого составили работы Левиковой С.И., Голобокова А.С., Радзиховского Л.А., Миньковского Г.М., Игошева К.Е., Башкатова И.П., Запесоцкого А.С., Файна А.П., а также коллективная монография Института этнологии и антропологии РАН «Молодежные субкультуры Москвы».

«НАПРАВЛЕНИЕ», «ТЕЧЕНИЕ», «ДВИЖЕНИЕ»

«Направление», «течение», «движение» в структуре субкультуры является верхне-уровневым сегментом, в котором заложены идеи, правила поведения, ценности и т.д., таким образом субкультуры объединяются в «течения» и «движения»¹⁴.



Молодежное объединение определяется как «социально-психологическое явление,

представляющее собой попытку адаптации молодых людей к тем проблемам, с которыми они сталкиваются в подростковом и юношеском возрастах, в течение того периода, когда они постепенно входят в самостоятельную жизнь в современных конкретно-исторических условиях» (Радзиховский Л.А.)¹⁵; группа людей, имеющих общую деятельность, специфическую систему ценностей и связанную с ней модель поведения, выразительную систему атрибутов, стиль общения, ритуалы принятия новичков, посвящения, исключения, особенности ролевого поведения (Запесоцкий А.С., Файна А.П.).

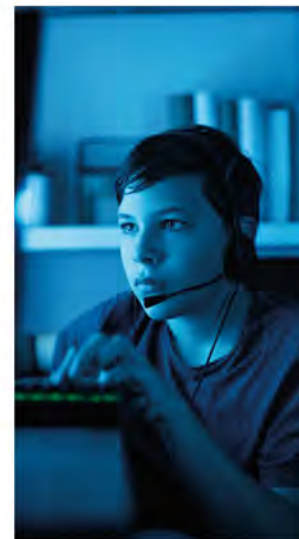
Важно подчеркнуть, что молодежные движения называются таковыми только условно, но не в юридическом понимании¹⁶. Течение является образованием, которое отличается существованием в конкретном отрезке времени и сосредоточением в определенном направлении. С активным развитием и использованием Интернета течения стали носить более фрагментарный характер.

В структуре субкультур «движение» зачастую тождественно «течению»

В работе Дейча Б.А. «Молодежная субкультура как научное понятие и социальное явление» автор рассматривает хиппи как движение¹⁷.

В качестве другого примера, в котором автор относит фрикков к течению, выступает работа Аверкина М.Г., Матвеева Ю.С. «Роль клубных субкультур в формировании пространства молодежных коммуникаций»¹⁸.

Вольф Д.А. в своей работе «Классификация молодежных субкультур на основе принципа DIY» приравнивает толкинистов к движению ролевых игр¹⁹.



¹⁴ Власова И.И. Усилиями субкультуры в современном мире // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2017. № 1(14). С. 116-117.

¹⁵ Радзиховский Л.А. Типы и виды стилистично-надежные организации // Научные труды Дипломатического университета. 2008. № 20. С. 140-141.

¹⁶ Брылев Д.Ю. Роль виртуальных социальных организаций в жизни молодежи // Педагогический научный вестник. 2016. № 5-1(13). С. 39-43.

¹⁷ Дейч Б.А. Молодежная субкультура как научное понятие и социальное явление // Вестник Ханты-Мансийского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2006. № 3. С. 205-206.

¹⁸ Аверкин М.Г., Матвеев Ю.С. Роль клубных субкультур в формировании пространства молодежных коммуникаций // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2007. № 4. С. 203-209.

¹⁹ Вольф Д.А. Классификация молодежных субкультур на основе принципа DIY // Историческое, философское, политическое и юридическое науки, культурологии и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 5-1(143). С. 69-72.



ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ СУБКУЛЬТУР



уществует ряд предпосылок, которые в определенной степени повлияли на возникновение субкультуры:

- 01 Социально-демографические**
Пол, возраст, уровень жизни, степень вовлеченности, количество последователей, уровень благополучия семьи.
- 02 Социокультурные**
Область интересов, образ жизни, времяпрепровождение, сексуальная ориентация.
- 03 Социально-политические**
Отношение к политической обстановке внутри страны или международной обстановке, отношение к другим субкультурам, степень вовлеченности в политическую повестку²⁰.



В основе зарождения появляющихся движений лежит исторический опыт

Исторический опыт в силу временных рамок, накладывает отпечаток на формирование общественных устоев.



ЭКОНОМИЧЕСКОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ

Немаловажным аспектом возникновения субкультуры является экономическое благосостояние. Возрастающее благосостояние общества создает ресурс, используемый молодежью для социальных изменений (на фоне процветания и стабильной экономики формировались такие субкультуры как викторианский культ траура и хиппи).

Формирование материальных или духовных ценностей в поколении мотивирует молодых людей к объединению в общие группы по принципу разделения единого мировоззрения.



ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКТОР

Также является движущей силой становления молодежных движений. Рост численности молодежи в мире, а также процессы дальнейшей урбанизации и возрастания доли городского населения способствуют увеличению разнообразия субкультур²¹.



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОРЫВ

Технологический прорыв и развитие цифровых продуктов благоприятно повлияли на переход ранее возникших субкультур в сетевое пространство, а также зарождение новых субкультур в Интернет-среде. Причинами перехода субкультурных объединений в социальные сети являются удобство коммуникации и поиска новых членов молодежных движений.

Формирование субкультуры можно зафиксировать еще в конце XIX – начале XX века в Европе

В данное историческое время возникают не просто альтернативные направления в искусстве, а именно варианты нетипичного способа самовыражения и образа жизни: например, **декадентство (Франция)**, **викторианский культ траура (Великобритания)**, продвигающие идеологию имморализма, упадничества и депрессии. Данные субкультуры впоследствии вдохновят своим имиджем и психологической направленностью **готов**, возникших в 1980-е годы, и современные имиджевые субкультуры **альт**, **дрейн**, **дед инсайд**, **Gotic&Lolita**. Примечательно, что некоторые упаднические (депрессивные) субкультуры начала XX века, возникшие в Европе, отсутствовали на американском континенте: в это время там набирало силу **движение суфражисток**, борющихся за социальные права женщин.

Однако впервые молодежные движения попали в фокус научного исследования в середине XX века именно в США

Основу любого молодежного движения составляли молодые люди, отторгающие устоявшийся социальный порядок и традиционные нравственные ценности, связанные с семьей, общественной моралью, религией, отношениями в обществе, социальными институтами²².

²⁰ Там же.

²¹ Там же. ²² Там же. ²³ Там же. ²⁴ Там же. ²⁵ Там же. ²⁶ Там же. ²⁷ Там же. ²⁸ Там же. ²⁹ Там же. ³⁰ Там же. ³¹ Там же. ³² Там же. ³³ Там же. ³⁴ Там же. ³⁵ Там же. ³⁶ Там же. ³⁷ Там же. ³⁸ Там же. ³⁹ Там же. ⁴⁰ Там же. ⁴¹ Там же. ⁴² Там же. ⁴³ Там же. ⁴⁴ Там же. ⁴⁵ Там же. ⁴⁶ Там же. ⁴⁷ Там же. ⁴⁸ Там же. ⁴⁹ Там же. ⁵⁰ Там же. ⁵¹ Там же. ⁵² Там же. ⁵³ Там же. ⁵⁴ Там же. ⁵⁵ Там же. ⁵⁶ Там же. ⁵⁷ Там же. ⁵⁸ Там же. ⁵⁹ Там же. ⁶⁰ Там же. ⁶¹ Там же. ⁶² Там же. ⁶³ Там же. ⁶⁴ Там же. ⁶⁵ Там же. ⁶⁶ Там же. ⁶⁷ Там же. ⁶⁸ Там же. ⁶⁹ Там же. ⁷⁰ Там же. ⁷¹ Там же. ⁷² Там же. ⁷³ Там же. ⁷⁴ Там же. ⁷⁵ Там же. ⁷⁶ Там же. ⁷⁷ Там же. ⁷⁸ Там же. ⁷⁹ Там же. ⁸⁰ Там же. ⁸¹ Там же. ⁸² Там же. ⁸³ Там же. ⁸⁴ Там же. ⁸⁵ Там же. ⁸⁶ Там же. ⁸⁷ Там же. ⁸⁸ Там же. ⁸⁹ Там же. ⁹⁰ Там же. ⁹¹ Там же. ⁹² Там же. ⁹³ Там же. ⁹⁴ Там же. ⁹⁵ Там же. ⁹⁶ Там же. ⁹⁷ Там же. ⁹⁸ Там же. ⁹⁹ Там же. ¹⁰⁰ Там же. ¹⁰¹ Там же. ¹⁰² Там же. ¹⁰³ Там же. ¹⁰⁴ Там же. ¹⁰⁵ Там же. ¹⁰⁶ Там же. ¹⁰⁷ Там же. ¹⁰⁸ Там же. ¹⁰⁹ Там же. ¹¹⁰ Там же. ¹¹¹ Там же. ¹¹² Там же. ¹¹³ Там же. ¹¹⁴ Там же. ¹¹⁵ Там же. ¹¹⁶ Там же. ¹¹⁷ Там же. ¹¹⁸ Там же. ¹¹⁹ Там же. ¹²⁰ Там же. ¹²¹ Там же. ¹²² Там же. ¹²³ Там же. ¹²⁴ Там же. ¹²⁵ Там же. ¹²⁶ Там же. ¹²⁷ Там же. ¹²⁸ Там же. ¹²⁹ Там же. ¹³⁰ Там же. ¹³¹ Там же. ¹³² Там же. ¹³³ Там же. ¹³⁴ Там же. ¹³⁵ Там же. ¹³⁶ Там же. ¹³⁷ Там же. ¹³⁸ Там же. ¹³⁹ Там же. ¹⁴⁰ Там же. ¹⁴¹ Там же. ¹⁴² Там же. ¹⁴³ Там же. ¹⁴⁴ Там же. ¹⁴⁵ Там же. ¹⁴⁶ Там же. ¹⁴⁷ Там же. ¹⁴⁸ Там же. ¹⁴⁹ Там же. ¹⁵⁰ Там же. ¹⁵¹ Там же. ¹⁵² Там же. ¹⁵³ Там же. ¹⁵⁴ Там же. ¹⁵⁵ Там же. ¹⁵⁶ Там же. ¹⁵⁷ Там же. ¹⁵⁸ Там же. ¹⁵⁹ Там же. ¹⁶⁰ Там же. ¹⁶¹ Там же. ¹⁶² Там же. ¹⁶³ Там же. ¹⁶⁴ Там же. ¹⁶⁵ Там же. ¹⁶⁶ Там же. ¹⁶⁷ Там же. ¹⁶⁸ Там же. ¹⁶⁹ Там же. ¹⁷⁰ Там же. ¹⁷¹ Там же. ¹⁷² Там же. ¹⁷³ Там же. ¹⁷⁴ Там же. ¹⁷⁵ Там же. ¹⁷⁶ Там же. ¹⁷⁷ Там же. ¹⁷⁸ Там же. ¹⁷⁹ Там же. ¹⁸⁰ Там же. ¹⁸¹ Там же. ¹⁸² Там же. ¹⁸³ Там же. ¹⁸⁴ Там же. ¹⁸⁵ Там же. ¹⁸⁶ Там же. ¹⁸⁷ Там же. ¹⁸⁸ Там же. ¹⁸⁹ Там же. ¹⁹⁰ Там же. ¹⁹¹ Там же. ¹⁹² Там же. ¹⁹³ Там же. ¹⁹⁴ Там же. ¹⁹⁵ Там же. ¹⁹⁶ Там же. ¹⁹⁷ Там же. ¹⁹⁸ Там же. ¹⁹⁹ Там же. ²⁰⁰ Там же.

© Издательство С. П. «Издательство гуманитарных наук» — Институт истории РАН, 2002 — 484 с.

ПРИЗНАКИ МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

Группы людей, вовлеченных в молодежные движения, отличают следующие характерные признаки:

Специфический образ жизни

Стиль поведения

Свои правила

Формирование нехарактерных для общества жизненных установок

Идеология жизни и поведения



ДВИЖЕНИЕ СКИНХЕДЫ

(от англ. skin heads – кожаные головы)

Одним из наиболее провоцирующих движений стало движение скинхедов, зародившееся в Великобритании тогда же. Изначально скинхеды возникли как нейтральная субкультура в ответ на субкультуру модов, продвигая альтернативный стиль жизни и имидж в противовес буржуазному стилю; затем в данном течении появился националистический вектор. **Современных скинхедов отличает** суровый внешний вид.

ДВИЖЕНИЕ ЗУТ

(от англ. zoot)

Одним из первых оформившихся субкультурных проявлений стало движение зут широко распространившееся в США. Отличительной особенностью данной субкультуры являлось ношение строгого делового костюма. Для молодых людей стиль стал выражением индивидуальности через использование различных нарядов делового стиля, что являлось нехарактерным имиджем для общества того времени, принимая во внимание факт, что социальную основу тогда составляли рабочие заводов и фабрик.



В одежде все строго функционально и приспособлено для уличной драки: плотные, прочные черные джинсы, на которых плохо видны кровь и грязь, шнурованные тяжелые армейские башмаки на толстой подошве, удобные для бега и являющиеся оружием в драке, короткие куртки-«бомберы» без воротника и бритая под ноль голова, чтобы враг не мог схватить за волосы. В процессе формирования идеологии в ботинках вместо черных шнурков появились белые – символ того, что скинхеды сражаются за белую расу²².



ДВИЖЕНИЕ БИТНИКИ

(от англ. beat – бить, разбитый)

Основу субкультурного движения «битники» составляли представители среднего класса. Они отличались поведением, не вписывающимся в правила социального поведения американского общества, отрицанием получения удовольствия от всего материального, неприятием традиционных для того времени культурных ценностей американской нации.

Первые агрессивные субкультуры и субкультуры хулиганов появились в Великобритании в 1950-1960-е года (тедди-бои, околфутбол).



ДВИЖЕНИЕ ХИППИ

(от англ. hip или her – понимающий)

Наиболее известной и резонансной стала субкультура хиппи, которая зародилась в США 1960-1970-х годах. Хиппи являлись одновременно ответом на радикальное националистическое движение и экспериментированием с соци-

альной жизнью в условиях экономического изобилия. Характерным аспектом в мировоззрении представителей данной субкультуры является пацифизм, из чего вытекает их апатичность, умышленное пренебрежение принятыми решениями власти и игнорирование социальных институтов. Среди характерных черт отмечается устойчивое отклоняющееся поведение, выраженное в участии в протестах против установления стандартизации и упорядоченности в жизни общества.

Среди наиболее ярких особенностей субкультуры хиппи – употребление наркотиков, сексуальные эксперименты, коммуны, фестивали, путешествия.

²²Савилов К. С. «Рыцарские ордена», Амальтея, СПб.: «Византизм» (Издательство) Т. 2 (2010) – 34 с.



ХИП-ХОП, БРЕЙК-ДАНС, ГРАФФИТИ

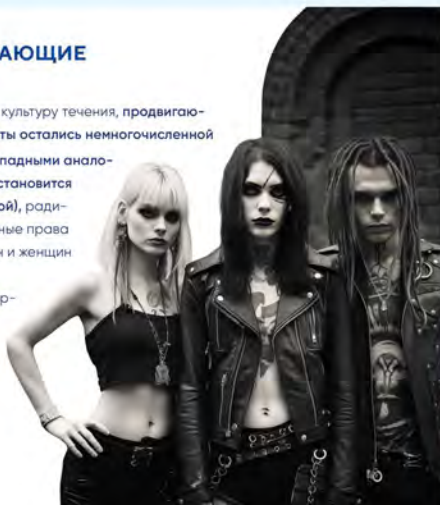
С точки зрения хронологии образования новых движений следующими выделившимися субкультурами стали **хип-хоп**, **брейк-данс** и **граффити**, получившие широкую популярность с середины 1970-х годов в США за счет свободного образа жизни, позволяющего демонстрировать открытость и транслировать собственное мнение в массы. **Положительным аспектом развития данных субкультур являлось снижение общей агрессивности разборок** между движениями: наличие соревновательного аспекта, выраженного в танцах, между участниками движений способствовало разрядке отношений между конфликтующими сторонами в честной борьбе.

ИМИДЖЕВЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ

В российской действительности прижились такие субкультуры как **стиляги** (1950–1960-е гг., затем возвращение в 1980–1990-е гг.), **неодекадентство** (1980–2000-е гг.), **интеллектуально-оппозиционные субкультуры** («шестидесятники»), **рокеры**, **спортивные субкультуры**, **субкультуры хулиганов**, течение **Аниме** и большинство **имиджевых субкультур**.

СУБКУЛЬТУРЫ ПРОДВИГАЮЩИЕ ЭСТЕТИКУ СМЕРТИ

Сложнее интегрируются в российскую культуру течения, **продвигающие эстетику смерти** и **имморализм** (готы остались немногочисленной группой), **анархию** (по сравнению с западными аналогами, российская субкультура панков становится больше **имиджевой**, чем идеологической), **радикальную агрессию**, борьбу за социальные права (правовой и социальный статус мужчин и женщин в постсоветской России был уравничен, поэтому борьба против гендерного неравенства для российской культуры исторически неактуальна).



ПЕРЕХОД СУБКУЛЬТУР В ОНЛАЙН-СРЕДУ

Развитие цифровых технологий и средств массовой коммуникации в начале XXI века способствовало переходу субкультур в сетевое пространство. Сегодня онлайн-среда доступна для широких масс населения; она является средством обмена информацией, создания текстового и медиаконтента, формирования альтернативных реальностей и ухода от действительности. (т.н. эскапизм).

ВОЗДЕЙСТВИЕ ДЕСТРУКТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Тем не менее Интернет и социальные сети могут использоваться в качестве инструмента распространения негативной информации, которую усваивают представители молодежной среды. В силу свободного доступа в Интернет повышается риск воздействия деструктивной информации на подростковую аудиторию²⁴.

²⁴РФ от 29.12.2010 № 413-ФЗ (ред. от 01.07.2012) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».



”

Молодежь наиболее предрасположена к «существованию» в онлайн-среде и поиску соратников по общим интересам²⁵

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Социальные сети являются удобным пространством для самовыражения, коммуникации, вовлечения новых участников в сетевые субкультуры, поддержания взаимодействия между участниками сообществ, трансляции ценностей и моделей поведения на широкую аудиторию.

Представители сетевых субкультур могут указывать в имени пользователя символику субкультуры, редактировать главную фотографию профиля («аватарку») в стилистике субкультуры, иметь подписки на субкультурные сообщества, размещать на «стене» своего профиля новости и медиаконтент, характерные для субкультуры.

Следует разделять субкультуры, перешедшие из естественной среды в Интернет, и субкультуры, зародившиеся в онлайн-среде

СУБКУЛЬТУРЫ, ПЕРЕШЕДШИЕ ИЗ ЕСТЕСТВЕННОЙ СРЕДЫ В ИНТЕРНЕТ

Сдвиг субкультур в онлайн-среде осуществлялся на протяжении определенного времени. Точкой отсчета принято считать начало 2010-х годов, когда представители поколения Y стали активными пользователями таких социальных сетей, как «ВКонтакте», «Facebook»* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории РФ в 2022 году). Зачастую переход был вызван удобством коммуникации и поиска единомышленников не только из России, но и из других стран. При пере-

ходе в онлайн-среду акцент делался именно на расширение возможностей вовлечения новых участников в различные положительные, нейтральные или деструктивные движения. Однако переход в онлайн-среду не означал полного отказа от встреч в офлайн-среде, поскольку продолжала существовать необходимость в личном взаимодействии и участии в различных сборах, в частности, концертах, фан-вечеринках, тематических мероприятиях и т.д.

”

Следует отметить, что не все представители различных субкультур стремились перейти в онлайн-среду по причине недоверия к жизнеспособности социальных сетей

К субкультурам, перешедшим в социальные сети из естественной среды, можно отнести следующие направления:



Музыкальные



Творческие



Анимешники



Деструктивные

МУЗЫКАЛЬНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ

01

Музыкальные субкультуры по своему характеру не подверглись значительным изменениям, а только нарастили число последователей путем активного распространения информации о деятельности музыкальных движений через социальные сети.

ТВОРЧЕСКИЕ СУБКУЛЬТУРЫ

02

Используют интернет-пространство с целью демонстрации креативной активности, направленной на самоидентификацию. Творческие субкультуры не подверглись каким-либо принципиальным изменениям, несмотря на рост обсуждения, комментирования и критики со стороны пользователей социальных сетей.

АНИМЕШНИКИ

03

Распространились и распространили сетевой контент с помощью интернет-пространства. Несмотря на то, что на сегодня анимешники являются одними из самых активных пользователей интернет-ресурсов, участники различных движений предпочитают встречаться в офлайн-среде с целью продемонстрировать имиджевые образы (косплеи) остальным представителям определенных течений. Подавляющее большинство анимешников не представляют угрозы для общества, но за последнее время среди них появились течения, формирующие агрессивную среду ввиду демонстративного проявления насилия по мотивам аниме-сериалов. Кроме того, зачастую сами представители аниме-движения выступают объектом насилия со стороны агрессивных движений.

²⁵ Руденко Д. В., Руденко А. В. Развитие в цифровой среде: российский анимационный рынок // Бизнес. Культура. Жизнь. 2023. С. 43-48.

ДЕСТРУКТИВНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ

04

Деструктивные субкультуры являются наиболее опасными неформальными движениями, разрушающими личности молодых людей и подменяющими понимание традиционных ценностей. Опасность молодежных групп деструктивного характера заключается в разрушении сознания и нравственности молодых людей, пропаганде противоправного поведения, формировании у несовершеннолетнего отрицательного отношения к закону²⁵.

Интернет-пространство распространяет контент, который производят деструктивные субкультуры

К сожалению, интернет-пространство сыграло значительную роль для расширения и распространения контента, производимого деструктивными субкультурами. До перехода в сетевое пространство агрессивные субкультуры не имели возможности для открытой демонстрации собственных усилий. Социальные сети послужили инструментом для популяризации негативных действий с целью, как правило, заработка (в качестве примера может послужить распространение в сети форумов, сайтов и сообществ по реализации наркотических средств).

Необходимо уточнить, что сетевое пространство служит скорее инструментом

распространения идей, а не источником деструктивности. Молодежь наиболее подвержена давлению со стороны агрессивных движений в социальных сетях, однако, это не отменяет того факта, что определенная часть молодежи самостоятельно осуществляет поиск деструктивного сообщества в Интернете, будучи заинтересована криминальными или агрессивными движениями. Своевременное отслеживание интересов подростков способно предотвратить распространение и пополнение рядов деструктивных субкультур.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПОДРОСТКИ

Несмотря на наличие крупных социальных сетей в 2010–2018 годах, таких как «Instagram»* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории РФ в 2022 году), «Facebook»* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории РФ в 2022 году), «ВКонтакте» и т.д., так называемые «электронные подростки» появились относительно недавно, в 2019 году, в сервисе для создания и просмотра коротких видео – «TikTok».

В России сервис приобрел популярность в 2020 году, а в 2021 году обошел «ВКонтакте» по времени пользования²⁷. Таким образом, следует выделить категорию субкультур, которые обрели популярность именно благодаря социальным сетям.



СУБКУЛЬТУРЫ, ЗАРОДИВШИЕСЯ В ИНТЕРНЕТЕ

Сетевыми субкультурами являются:

- > E-PEOPLE
 - ∨ e-girl ∨ тамблер-гёрл
 - ∨ e-boy ∨ таблер-бой
- > СТОРОННИКИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ЗАЩИТЫ
 - ∨ VSCO-girl
- > ТВОРЧЕСКИЕ
 - ∨ kidcore
- > МОДА
 - ∨ IndieKid

Зарождение новых сетевых субкультур процесс стихийный и не имеет определенных точек отсчета

Для вышеуказанных субкультур социальные сети являются как средой их возникновения, так и площадкой для распространения движения. Следует отметить, что зарождение новых сетевых субкультур является процессом стихийным и не имеет определенных точек отсчета. С точки зрения классических признаков сетевые субкультуры не отличаются от субкультур традиционных (офлайн): их объединяет наличие собственного внешнего вида для каждого движения, собственный сленг, интересы и т.д.

Однако, для установления статуса субкультуры необходимо пройти определенный процесс становления.

В этом смысле новые сетевые субкультуры в большинстве своем считаются скорее «модой» (о чем свидетельствует скорость зарождения, продолжительность существования, стремительная замена на новую «моду»), чем культурой, которая прошла этапы зарождения, формирования последовательных действий, вовлечения в нее участников, укрепления, становления в качестве субкультуры. Для онлайн субкультур стираются этапы формирования последовательных действий и укрепления, вследствие чего сетевые «субкультуры» не способны просуществовать более 3-х лет.

* Уткин А.В. Бой наступлений: 8 летний бойцовства в распространении деструктивных молодежных субкультур // Общество: социальная политика, экономика, право № 11, 2017. С. 28–32.

²⁷ Титов, Александр // «ВКонтакте» обогнал по времени пользования «ТикТок» // «Секрет фирмы» 2021. URL: <https://www.secretlab.ru/articles/2021/05/20/vkontakte-obogal-tiktok/>

/КЛАССИФИКАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ МОЛОДЕЖНЫХ СУБКУЛЬТУР

23



ПЛЮРАЛИЗМ СУБКУЛЬТУР

В современном обществе стоит отметить плюрализм субкультур: их количество увеличивается, а сетевое пространство позволяет не «отмирать» предшествующим течениям.

Кроме того, как отмечают исследователи, практически все современные молодежные неформальные объединения переплетаются между собой, перетекают друг в друга и взаимодополняются²⁸. Среди современных подростков и молодых людей наблюдается тенденция в поведении, заключающаяся в стремлении не ограничиваться выбором единственной группы принадлежности, а принадлежать ко множеству разнообразных групп: их стратегией становится быстрое перемещение между ними без глубинного вовлечения в какую-либо конкретную субкультуру. Сейчас сильно размылись строгие ограничения между существующими субкультурами: приверженцы одного движения

могут слушать музыку другого движения или смотреть нехарактерные для своей группы фильмы или сериалы, в том числе аниме. Таким образом, отношения с субкультурами могут быть поверхностными, недолгосрочными и ситуативными²⁹. Подобная активность молодежи может служить одним из значимых факторов диффузии субкультур.



К сожалению, определенные движения не ограничиваются дозволенным, а наоборот экспериментируют и создают опасные явления. Известные на сегодняшний день субкультуры могут быть классифицированы по различным признакам. Далее представлены различные варианты классификаций.

²⁸Полосина А.В. Основные теоретические подходы к интерпретации феномена неформальных субкультур // Современная молодёжь: социология, психология. 2018. №1(14). С. 1 – 11.

²⁹Новикова Э.В. Субкультуры в мировом срезе // Общество, право, государственность: региональный и международный диалог. 2019. № 3(7). <https://www.gosusnitsynsydney.com/next/issue/23-06/2019-06/120190100270000034>. Дата обращения: 06.07.2023 // Общество, государственность, экономика: региональный диалог. 2021. № 3. С. 28-31.



КЛАССИФИКАЦИЯ СУБКУЛЬТУР ПО КРИТЕРИЮ ПРОДУКТИВНОСТИ /ДЕСТРУКТИВНОСТИ

Музыкальные

Субкультуры, основу которых составляют музыкальные предпочтения определенных жанров, исполнителей и групп.



- ◆ Панки
- ◆ Эмо
- ◆ Рокеры
- ◆ Металлисты
- ◆ Раперы
- ◆ Витч-хаус
- ◆ Дрейнеры
- ◆ Халлю
- ◆ Готы
- ◆ К-поп

Спортивные

Направления, основу которых составляют увлечения, связанные с различными видами спорта: футбол, грэпплинг, волейбол, баскетбол, атлетика, бодибилдинг.



- ◆ Воркаутеры
- ◆ Скейтеры
- ◆ Роллеры
- ◆ Зожники
- ◆ Паркурщики
- ◆ Байкеры
- ◆ Сноубордисты

Игровые

Субкультуры, основу которых составляют увлечение компьютерными играми; направление подразделяется на игровые комьюнити, объединенные в группы игроков по интересам к определенной игре.



- ◆ Геймеры
 - (киберспортивный гейминг)
 - > CS:GO
 - > DOTA 2
 - > League of Legends
 - > Overwatch
 - (портативный гейминг)
 - > Among Us
 - > Subway Surf
- ◆ Ролевики
 - > Ролевики
 - > Толкиенисты

Творческие

Неформальные объединения, основу которых составляют увлечения, связанные с искусством, модой, кино, сериалами, в том числе аниме.



- ◆ Райтеры
- ◆ Гики
- ◆ Фрики
- ◆ Фанфики
- ◆ Фурри
- ◆ Витч-хаус
- ◆ Дрейнеры
- ◆ Халлю

Деструктивные

Субкультурные движения, в основе которых лежит система интересов и убеждений, негативно влияющих на общественные устои и разрушающих традиционные ценности; такие движения создают угрозу безопасности для общества.



- ◆ АУЕ*
(экстремистская организация, запрещенная на территории РФ)
- ◆ Мужское государство*
(экстремистская организация, запрещенная на территории РФ)
- ◆ М.К.У.*
(террористическая организация, запрещенная на территории РФ)
- ◆ Антифа
- ◆ Окологфутбольщики
- ◆ ЛГБТ



КЛАССИФИКАЦИЯ СУБКУЛЬТУР ПО КРИТЕРИЯМ ИНТЕРЕСОВ И ИДЕОЛОГИИ

ПО НАПРАВЛЕННОСТИ ИНТЕРЕСОВ

Социолог М. Топалов классифицировал различные объединения по направленности интересов³⁰:

01 Увлечение современной молодежной музыкой;

04 Устремление к правопорядковой деятельности;

02 Защитники окружающей среды;

05 Околоспортивные (различные фанаты);

03 Активно занимающиеся определенными видами спорта;

06 Философско-мистические интересы.

³⁰ Топалов М.В. «Три культурных» типах личности в российском обществе // Социологический журнал. М.: Изд. ИНИОН. 2013. № 3. С. 28-31.

ПО МИРОВОЗЗРЕНИЮ

Профессор С.А. Сергеев предлагает следующую типологизацию молодежных субкультур по их мировоззрению:



ПО ПСИХОЛОГИЧЕСКИМ И СОЦИАЛЬНЫМ ФУНКЦИЯМ

Социолог Э.В. Синкевич приводит классификацию субкультур по их психологическим и социальным функциям для участников. Он отмечает, что причастность к определенному движению может быть связана:

С наличием определенного образа жизни

С определенной социальной позицией

(статус, место или положение представителя движения или социальной группы в структуре субкультуры);

Со способом времяпрепровождения

(спортивные, музыкальные, творческие и т.д.);






Со специфическим творчеством

(скульпторы, музыканты, живописцы, писатели, актеры и т.д.).



КЛАССИФИКАЦИЯ С.И ЛЕВИКОВОЙ И В.А БАБАХО

Наиболее распространенной классификацией субкультур является типология С.И. Левиковой и В.А. Бабахо, разработанная в 1996 году. Перечисляются следующие группы:

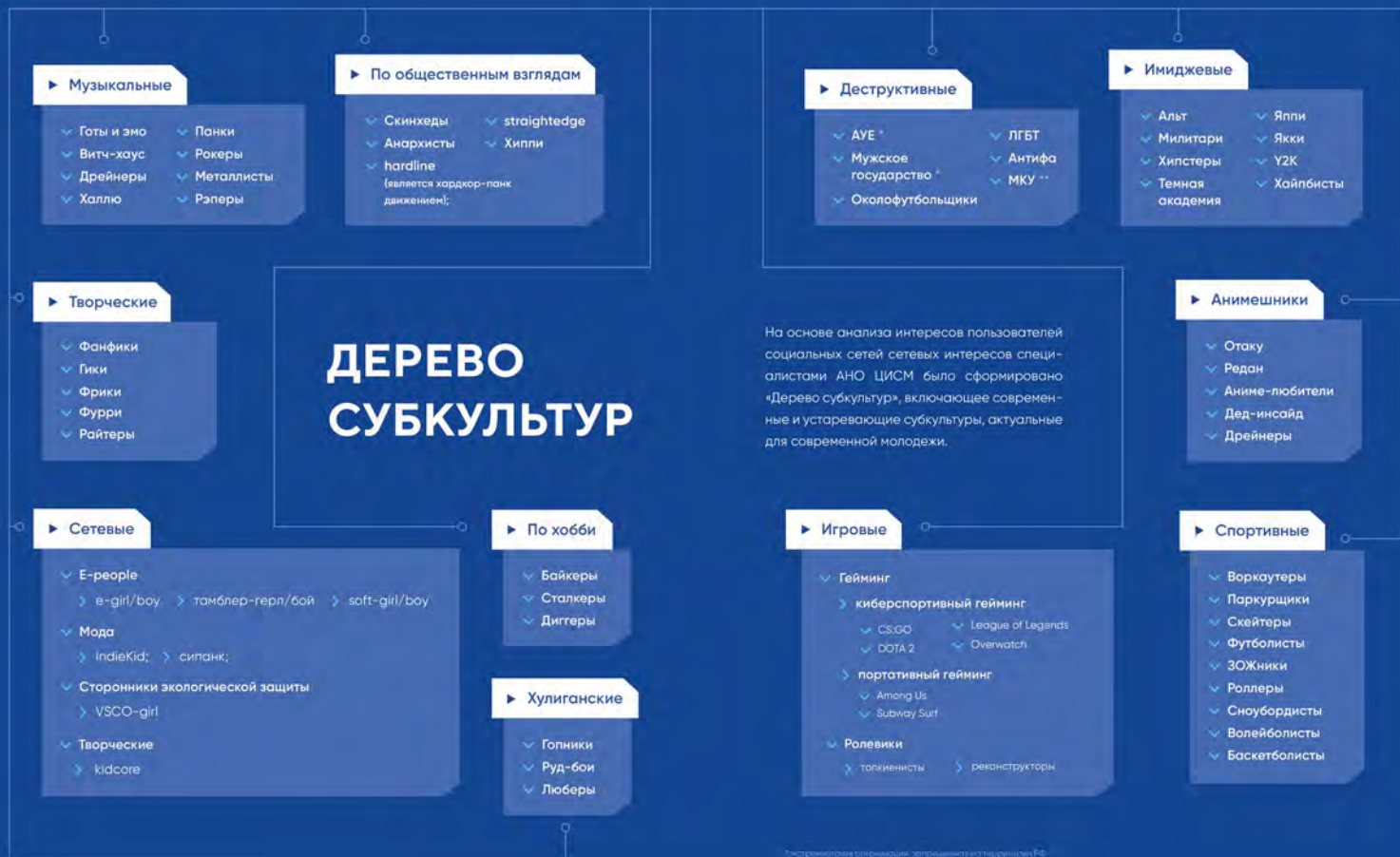
-  Группы, объединяющие приверженцев музыкальных вкусов и стилей (металлисты, роллинги, брейкеры, битломаны).
-  Группы аполитичного, эскапистского характера (хиппи, панки, люди «системы»).
-  Группировки, исповедующие «культ мускулов» («хачки»).
-  Криминогенные группировки, объединяющиеся по признакам агрессивности, жесткой организованности и противоправной деятельности (гопники, люберы).
-  Группы, ценностные ориентации которых имеют политический и идеологический оттенок (ностальгисты, анархисты, пацифисты, отклонисты, «зеленые»).
-  Эстетствующие группы («митьки»).

Ограничением является тот факт, что указанная классификация не включает в себя актуальные на данный момент времени субкультуры, в том числе те, которые были сформированы в онлайн-среде.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ГРУППАМ

Для всестороннего анализа существующих и исчезнувших субкультур целесообразным видится распределение их по предметным группам:





* Экстремистская организация, запрещенная на территории РФ.
 ** Террористическая организация, запрещенная на территории РФ.

СУБКУЛЬТУРЫ ПОКОЛЕНИЙ Y, Z, АЛЬФА

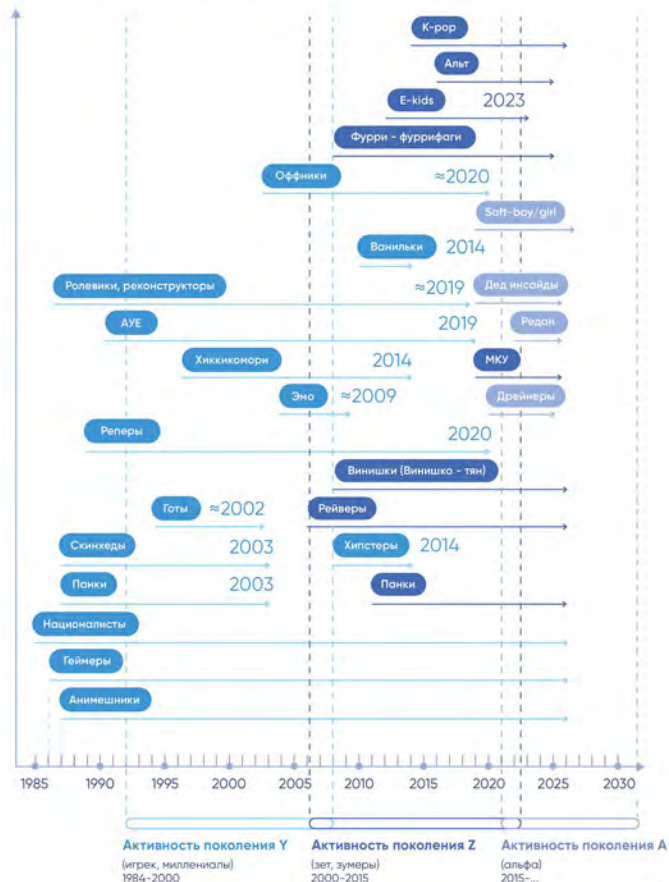
Рисунок 1 представляет собой хронологию возникновения субкультур, соотнесенную с активным периодом социализации поколений Y, Z и Альфа согласно типологиям поколений Н. Хоува – У. Штраусса и В.В. Радаева (2019³¹, 2020³²). Именно в период подросткового и юношеского возраста идеология субкультур оказывает влияние на формирование ценностных ориентаций и вектора

социальной направленности (просоциальный или асоциальный) молодежи. Поскольку поколения сопряжены друг с другом «внахлест»³³, некоторые субкультуры могут охватывать 2 или более поколений.

На следующей странице приведено подробное описание субкультур рассматриваемых нами поколений согласно введенным в параграфе 1 критериям субкультуры.

УЧАСТИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЙ В СУБКУЛЬТУРАХ

Рисунок 1. (Классификация субкультур по поколениям (Y, Z, Альфа))



³¹ Радаев В. В. Миллениалы: кто они и как меняется российское общество? М.: ИИЭ, дон ВШЭ, 2019 – 220 с.

³² Радаев В. В. Развитие поколения миллениалов: историческая и эмпирическая реконструкция. (Перевод статьи) // Социологический журнал. 2020. Т. 38. № 1.

³³ Ливадд Ю. А. Звенья в «нахлесте поколений» [Электронный ресурс] // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2002. № 2 (№ 3). С. 9-11. URL: <http://www.socpol.ru/files/18972245/> (дата обращения: 11.11.2023).

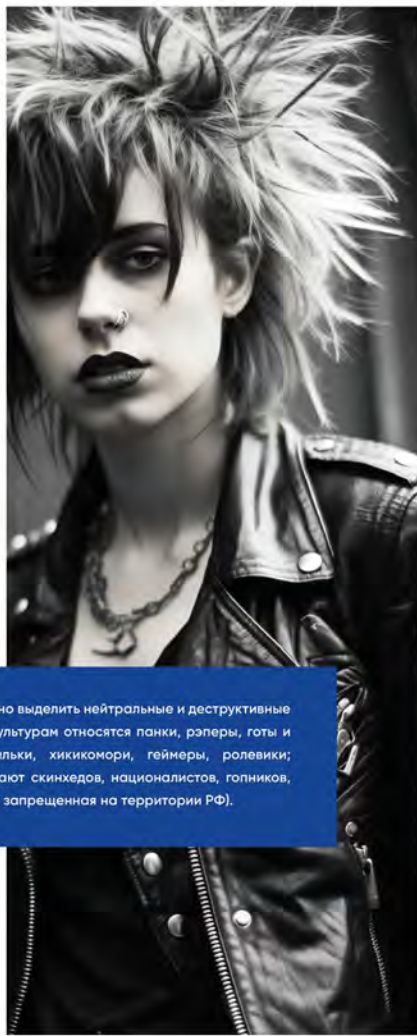
СУБКУЛЬТУРЫ ПОКОЛЕНИЯ Y

Поколение Y (примерные годы рождения 1985-1999) представляет собой первое поколение, выросшее в эпоху Интернета и глобализации. «Миллениалам» приписывают ценности коллективизма, направленность на достижение успеха и социально-ориентированные интересы.

Поколение Y характеризуется повышенным использованием Интернета, социальных сетей и мобильных устройств

Поэтому их иногда называют «цифровыми аборигенами». Миллениалы во всем мире пострадали от экономических потрясений, высокого уровня безработицы среди молодежи, а в 2020 году пережили рецессию из-за пандемии COVID-19²⁴.

Среди субкультур поколения Y можно выделить нейтральные и деструктивные субкультуры. К нейтральным субкультурам относятся панки, рэперы, готы и киберготы, эмо, хипстеры, ванильки, хикикомори, геймеры, ролевики; деструктивные субкультуры включают скинхедов, националистов, голпников, АУЕ* (экстремистская организация, запрещенная на территории РФ).



ПАНКИ (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения X и Y.
Возраст: подростковый, юношеский, ранняя молодость (14-30 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Анархия, противопоставление культуре потребления и истеблишменту, продвижение индивидуальной свободы.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Узкие джинсы, растрепанные волосы, куртки-косухи, металлические предметы (браслеты, ошейники). Растрепанные волосы, ирокезы, зачастую окрашенные в зеленый или розовый цвет; у девушек стрижка «под мальчика», у мужчин возможны длинные волосы пирсинг в различных частях тела.



ДЕВИЗ:

«Панки Хой».

▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Билли Джо Армстронг



Юрий «Хой» Клиникий



Михаил «Горшок» Горшенев

²⁴ Neil Howe, William Strauss: Millennials Rising: The Next Great Generation. — NY: Knopf Doubleday Publishing Group, 2000. — 632 p.

ГОТЫ, КИБЕРГОТЫ (нейтральные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколения X и Y.
Возраст: подростковый, юношеский, ранняя молодость (15-30 лет).

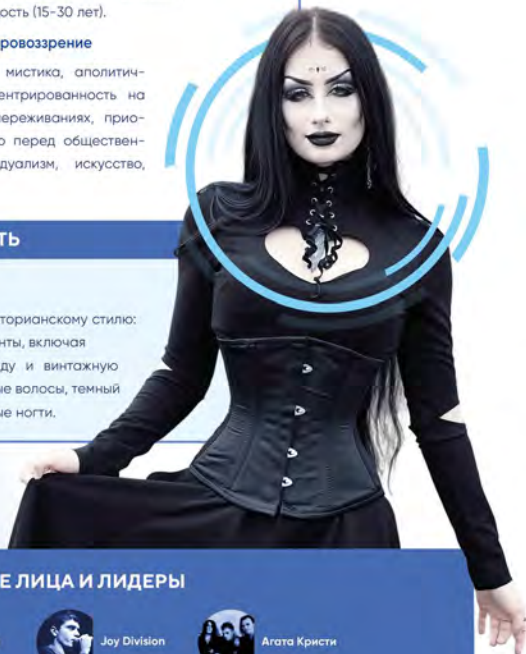
► Ценности, мировоззрение

Имморализм, мистика, аполитичность, сконцентрированность на внутренних переживаниях, приоритет личного перед общественным, индивидуализм, искусство, цинизм.

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

Отсылки к викторианскому стилю: темные элементы, включая черную одежду и винтажную одежду. Черные волосы, темный макияж, черные ногти.



► ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



The Cure



Joy Division



Агата Кристи

А также: иногда причисляют HIM

ЭМО (нейтральные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколение Y.
Возраст: подростковый, юношеский (13-21 год).

► Ценности, мировоззрение

Протест против родителей и любых других людей, заставляющих держать чувства в общепринятых рамках; избыточная эмоциональность, тревожность, ранимость, депрессия, культ разбитого сердца, ненависть к себе, самоповреждающее поведение.

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

Сочетание черного и розового цветов, узкие джинсы, обтягивающие футболки. Черные или розовые волосы, макияж и длинная челка (помогает прятать лицо и глаза за длинными волосами).



► ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Джерард Уэй



Хейли Уильямс

РЭПЕРЫ (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения Y, Z, Альфа.
Возраст: подростковый, юношеский, ранняя молодость (14–35 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Борьба против социально-классового неравенства; свобода молодежи и независимость от транслируемых правительством мнения и оценок; культ богатой жизни.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Широкие свисающие штаны, джинсы, бейсболки, банданы, спортивные футболки, объемные и яркие украшения – цепи, серьги. Короткая стрижка или дреды, заплетенные волосы; различные татуировки и надписями.



▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Эминем



Снуп Дог



Баста



Тулак Шакур



Каста



Канье Уэст



Дрейл



Гуф

А также: Кендрик Ламар и т.д.

ХИПСТЕРЫ (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения Y.
Возраст: юношеский, молодость (18–35 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Постмодернизм, интеллектуализм, поиск форм самовыражения, аутентичность, артистизм, причастность к элитарной культуре. Часто представители движения считают себя людьми с повышенным интеллектом и возводят интеллект в некий тренд.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Винтажная одежда, альтернативная мода или смесь различных мод.

Девушки: клетчатые рубашки, оверсайз-одежда, обувь в стиле дерби, лоферы, кроссовки, шляпки, кепки, брендовые очки, iPhone. В причёске легкая небрежность, могут быть распущены или собраны в пучок; волосы без окрашивания или с естественным окрашиванием.



Парни: брюки, футболки, клетчатые рубашки, свитеры, сапоги, кеды, лоферы, шапочки, шляпы, галстук-бабочка, брендовые очки в толстой оправе или без линз, iPhone. Причёски с длинной густой челкой, выбритые виски, густая борода или стилизованные усы.

▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Tesla Boy



Rompreu



Том Оделл



Эд Ширан

ВАНИЛЬКИ (нейтральные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколение Y (преимущественно девушки).
Возраст: подростковый, юношеский (13–20 лет).

► Ценности, мировоззрение

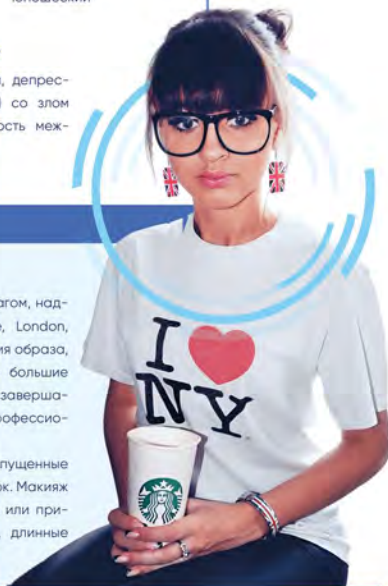
Культ меланхолии, трагизм, депрессия, борьба добра (себя) со злом ("жестоким миром"), ценность межличностных отношений.

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

Футболки с британским флагом, надписями «I love NY, coffee, London, Paris», очки для поддержания образа, угги, высокий каблук или большие разноцветные кеды. Образ завершает наличие дорогого профессионального фотоаппарата.

Челка, небрежно распущенные волосы или небрежный пучок. Макияж – бледно-розовая помада или припудренные губы, румянец, длинные черные ресницы.



► ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Настя Шевченко

ХИКИКОМОРИ (нейтральные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколения Y, Z.
Возраст: подростковый, юношеский, ранняя молодость (13–25 лет).

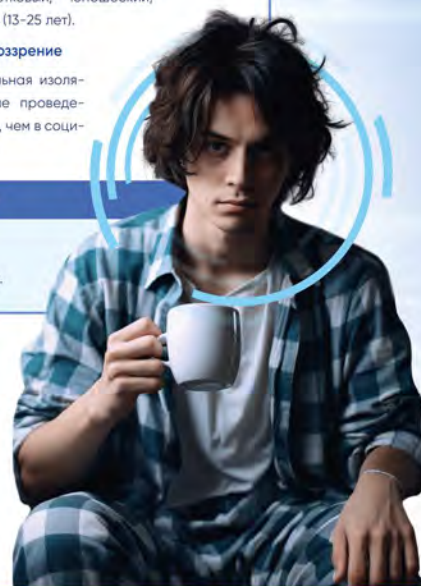
► Ценности, мировоззрение

Эскапизм, социальная изоляция (предпочтение проведения времени дома, чем в социуме), тревожность

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

Домашняя одежда.



► ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



FeelBro
Блог
на Youtube



Hiiki Omori
Блог
на Youtube



Dawg
Блог
на Youtube

ГЕЙМЕРЫ (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения Y, Z, Альфа.
Возраст: детский, подростковый, юношеский, молодость (8-35 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Эскапизм, гедонизм, достижения, преобразование альтернативной реальности.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Повседневный. Субкультуры геймеров отличаются в большей степени языком и сленгом, чем имиджем.



▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



BlackSilver
UFA



PewDiePie



JesusAVGN



Кулинов

РОЛЕВИКИ (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения Y, Z.
Возраст: подростковый, юношеский, молодость (14-35 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Эскапизм, гедонизм, преобразование реальности, создание альтернативных миров.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Моделирование внешнего образа в зависимости от направления ролевых игр.



▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Комнатный Рыцарь



Союз
«Странное местечко»



Яна Огненная

СКИНХЕДЫ (деструктивные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколения X и Y.
Возраст: подростковый, юношеский, молодой (13-30 лет).

► Ценности, мировоззрение

Расовое превосходство, национализм, насилие. У скинхедов первой волны (Великобритания, 1960-е) идея расизма отсутствовала: транслировалось неприятие буржуазного общества.

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

Тяжелые ботинки, камуфляжные штаны и футболки, черный «бомбер» (широкая куртка), синие или черные джинсы с подвернутыми штанинами, подтяжки и черные «берцы». Бритая голова.



► ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Иэн Стюарт



Дмитрий Боровков



Иван Кулаков

НАЦИОНАЛИСТЫ (деструктивные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколения X и Y.
Возраст: подростковый, юношеский, молодой (14-35 лет).

► Ценности, мировоззрение

Неонацизм, неоязычество, ЗОЖ, культуризм, насилие.

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

Джинсы, футболки, черная куртка или бомбер, военная униформа. Особое значение имеет цвет шнурков (белый, коричневый, синий, красный; белые шнурки имеет право носить лишь тот, кто участвовал в боях за чистоту расы). Короткая стрижка или бритая голова, татуировки с нацистской символикой (кельтский крест, свастика, черное солнце, «sieg heil»), 14/88).



ДЕВИЗ:

«Россия для русских!».

► ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Кертис Майкл Олджер



Максим Марцинкевич

ГОПНИКИ (деструктивные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения X и Y.
Возраст: подростковый, юношеский,
ранняя молодость (13-25 лет).

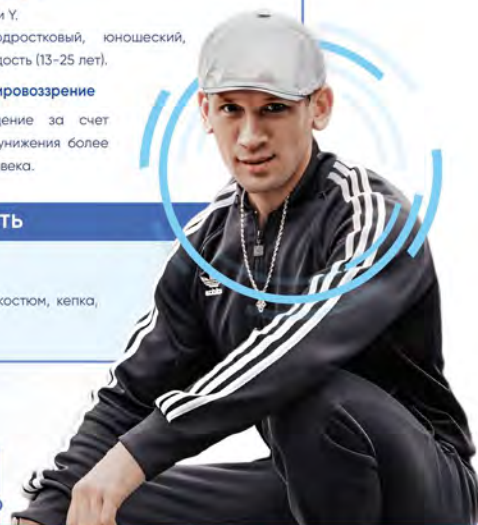
▶ Ценности, мировоззрение

Самоутверждение за счет
морального унижения более
слабого человека.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Спортивный костюм, кепка,
туфли.



ДЕВИЗ:

*«Мы гопники-скокарики! Поднимем Все стопарики! За нашу жизнь
веселую, не важно, что тяжелую!».*

▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Виталий Шаронов (Черен).

АУЕ* (деструктивные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколение X, Y, Z.
Возраст: подростковый, юношеский,
молодой (13-35 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Криминальная идеология, система
ценностей, основанная на воров-
ских понятиях, нормах блатного
мира³⁵, тюремной романтике³⁶.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Спортивный костюм темных оттенков
и кроссовки (обычно бренда Adidas).
Волосы коротко стриженные. Небреж-
но выполненные татуировки (напри-
мер, знак розы ветров).



ДЕВИЗ:

«Арестантский уклад один».

▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Япончик (Вячеслав Иванов)



Саша Север (Александр Северов)

*Терраинская организация, запрещена на территории РФ

³⁵Гринов Д.Г. Криминальная субкультура/трио криминала // Конфликты в современном мире: междисциплинарное, государственное и академическое исследование. Материалы V Международной научной конференции. Новый взгляд: взаимодействие гуманитарных, социальных и естественных наук. Саратов: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, ответственные редакторы: Ю. Ю. Ерошкин/Иль И. Максимов, Т. Г. Фирсова. 2014. С. 88-92.

³⁶Милора Е. В., Делькин С. А. Междисциплинарное исследование формирования и развития субкультур // «Социология», 2022. - 100 с.

СУБКУЛЬТУРЫ ПОКОЛЕНИЯ Z

Поколение Z (примерные годы рождения 1999 – 2012) представляет собой первое социальное поколение, с раннего возраста имеющее свободный доступ к цифровым технологиям и Интернету.

35

Первое поколение, которое имеет свободный доступ к современным цифровым технологиям и Интернету

По этой причине негативное влияние деструктивного сетевого контента на молодежную среду поколения Z могло возрастать. Поколению Z приписывают ценности индивидуализма на межличностном уровне и конформность на уровне социальных институтов.

Среди нейтральных субкультур поколения Z можно выделить анимешников (отаку, косплеи), фурри, альт, k-pop, e-kids, темная академия, винишко-тян. К деструктивным субкультурам поколения Z относятся ололофутболщики, рейверы, МКУ* (террористическая организация, запрещенная на территории РФ), ЛГБТ, мужское государство* (экстремистская организация, запрещенная на территории РФ).



АНИМЕШНИКИ (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения Y и Z, Альфа.
Возраст: детский, подростковый, юношеский, ранняя молодость (15 – 35 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Взаимодействие и демонстрация образа другим представителям отаку.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

В зависимости от аниме-сериала, фильма или манги каждый представитель отаку демонстрирует внешний вид путем копирования внешнего образа персонажа (косплея).



ДЕВИЗ:

*«Наш девиз четыре слова:
сам подсел – сажай другого».*

▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Мари Ягучи



Наокуки Като



Тианси Курияма



Сёко Накагава



Тасики Касио

ФУРРИ (нейтральные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколение Y, Z.
Возраст: подростковый, юношеский,
ранняя молодость (16–30 лет).

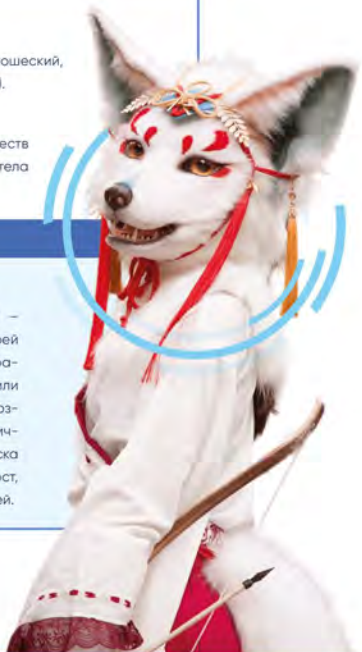
► Ценности, мировоззрение

Соединение лучших качеств
человека и зверя на уровне тела
и души.

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

Фурсьют (полный костюм) —
костюм различных зверей
(зачастую лисы). Волосы окра-
шиваются кончики волос или
используются парики для соз-
дания образа зверя. Частич-
ная или полная раскраска
лица. Украшения тела — хвост,
уши, лапы, мех, голова зверей.



► ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Eric Myval



Mag Master
Блог на
Youtube



Лени

АЛЬТ (нейтральные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколение Z.
Возраст: подростковый, юношеский,
ранняя молодость (15–25 лет).

► Ценности, мировоззрение

Индивидуальность (выглядеть
не так, как все), принятие себя.

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

В одежде преобладают мрач-
ные, черные цвета, большое
количество ювелирных укра-
шений — чокеры, цепочки
крупного плетения, кольца и
т.д. Присутствие милых деталей
в имидже (бантов, украшений).
Яркий, броский макияж.



ДЕВИЗ:

«Шаришь за альт».

► ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Джесс



Лисса

K-POP (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколение Y, Z.
Возраст: подростковый, юношеский, ранняя молодость (16-30 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Эстетика, популяризация музыкальных K-pop-групп.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Яркие цвета одежды, короткие шорты и юбки, короткие топы и майки, широкие брюки, оверсайз, панамы, кепки, береты, школьный стиль и т.д. В прическах могут быть сочетания разных цветов, цепи, блески, принты на одежде.

ДЕВИЗЫ:

«Bigbang — это мое все»,
«Мы едины», «Давайте любить».

▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



RM



Джин



Шуга



Джей-Хоуп



Чинни



Би



Чонгук



Джинни

А также: • Субин • Енджун • Бонгю • Тэхён
• Лиса • Джису • Розэ • ХюнинКай

E-KIDS (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколение Z.
Возраст: подростковый, юношеский, ранняя молодость (15-25 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Самоидентификация и демонстрация внешнего образа через постоянное присутствие в интернет-ресурсах.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Футболки оверсайз, топы из сетчатой ткани, джинсы и брюки на высокой посадке, водолазки, надеваемые под майку с принтом в виде рок-исполнителей или аниме-персонажей, рубашек в клетку или с изображением пламени. Много цепей (на шею, в уши, на запястья). В стиле — отголоски скейт-культуры, хип-хопа, аниме, косплея, готов.

Цветные, кислотные, черные волосы различной длины. Яркий макияж, жирные стрелки на глазах, ярко-розовые румяна на скулах, переносице. Макияж (у девочек и мальчиков) — нарисованная подводка под глазами слеза или разбитое сердце. Пирсинг, серьги, тату на лице. Дизайн ногтей провокационный.

▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Pokimane



Emma Langevin



QT Cinderella



Maya Zaya



Nava Rose



Rari Kari



Xepher Wolf



light collins

ВИНИШКО-ТЯН (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколение Y.
Возраст: подростковый, юношеский
(14–22 года).

▶ Ценности, мировоззрение

Интеллектуализация, нигилизм,
депрессия и меланхолия,
образованность и начитанность.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Одежда оверсайз, головные уборы, акцент на аксессуары – чокеры, высокие гольфы, чулки, примечательные носки. Короткие стрижки, яркие волосы, очки.



▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Алена Шевц



Татьяна Страхова

ТЕМНАЯ АКАДЕМИЯ (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколение Z.
Возраст: подростковый, юношеский
(13–22 года).

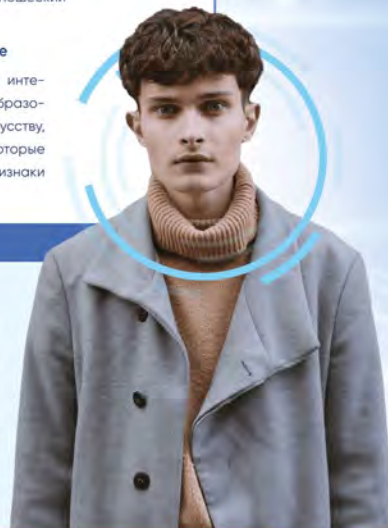
▶ Ценности, мировоззрение

Эстетика и образование: интерес к академическому образованию, классическому искусству, архитектуре, музыке, которые рассматриваются как признаки элитарности.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Стиль «преппи»³⁷ (форма учащихся), характеризующийся комбинацией делового и casual стилей, которые подразумевают чистоту, удобство и опрятность. Аккуратные классические прически.



▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Polnalyubvi

³⁷ Стиль претти зародился в Америке в конце 1940-х годов. Тогда претти был чистой субкультурой – объединенной учениками школ для «золотой молодежи». Подрастать веле определенный стиль одежды, обладать особыми манерами, прическами, быть образованным, ассетирым, вежливым, нацелены на успех, выигрывать аккуратно и опрятно. Они носили объективную шкворную форму и элитарную униформу для тенниса, лазарета и гольфа.

ОКОЛОФУТБОЛЬЩИКИ (деструктивные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения Y, Z, Альфа.
Возраст: подростковый, юношеский, ранняя молодость (12–30 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Социальная принадлежность, проведение уличных драк с целью определения «своих» и «чужих».

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Бренды одежды Stone Island, Fred Perry, Fila, Segio Tacchini, Lacoste. Спортивная и камуфляжная одежда, узкие джинсы, маски, повязки или балаклавы.



▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Александр Шлыгин



Иван Катанов



Андрей Малосолов



Максим Дукельский

МКУ* (деструктивные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколение Z.
Возраст: юношеский, ранняя молодость (17 – 25 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Национализм, расизм, насилие.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Спортивный костюм, джинсы, футболка, кроссовки. Коротко стриженные.



▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Егор Красов

*Термин «деструктивные организации» применяется на территории РФ.

ЛГБТ (деструктивные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения Y, Z
Возраст: юношеский, молодость
(17 лет и старше)

▶ Ценности, мировоззрение

Пропаганда нетрадиционных семейных ценностей и нетрадиционной сексуальной ориентации.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Цвета ЛГБТ (красный, оранжевый, желтый, зеленый, синий, фиолетовый) Одежда с принтом символов ЛГБТ. Перекрашенные в различные яркие цвета волосы, в том числе в цвета ЛГБТ.



ДЕВИЗ:

«Любовь побеждает», «гей – это хорошо».

▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Кэмпбелл
Джонсон



Джастин
Линдси



Джейми
Уоллис



Райан
Реш

МУЖСКОЕ ГОСУДАРСТВО* (деструктивные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения Y, Z
Возраст: юношеский, ранняя молодость
(18-30 лет)

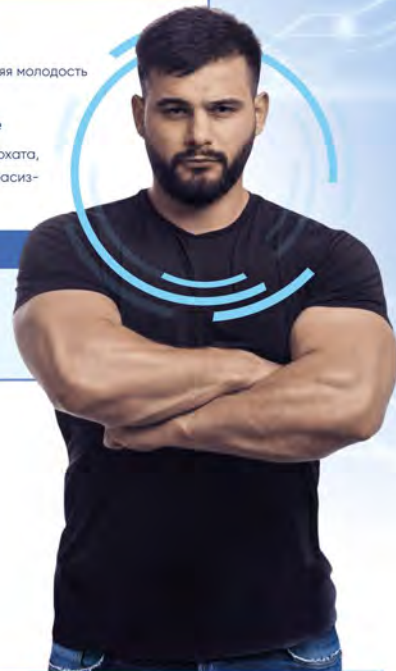
▶ Ценности, мировоззрение

Пропаганда идей патриархата, гендерного неравенства, расизма и национализма.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Повседневный стиль,
джинсы и футболка.



▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Владислав Поздняков

РЕЙВЕРЫ (деструктивные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколение X, Z.
Возраст: юношеский, ранняя молодость (18-30 лет).

► Ценности, мировоззрение

Энергетика, посещение массовых дискотек, уход от реальности. Характерно принятие ПАВ.

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

Кислотные цвета в одежде, солнцезащитные очки, в дизайне используется символ «смайлик». Короткие крашенные волосы у юношей, цветные длинные пряди у девушек; популярен пирсинг.



► ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



The Prodigy

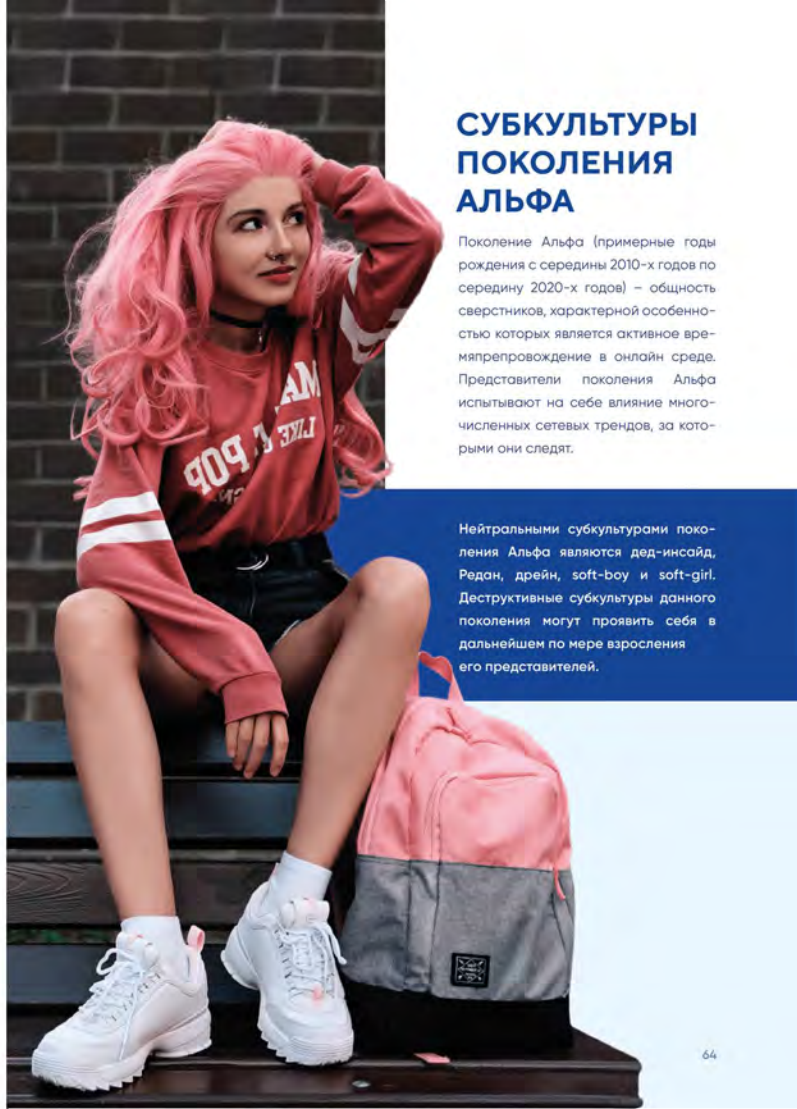


Chemical Brothers

СУБКУЛЬТУРЫ ПОКОЛЕНИЯ АЛЬФА

Поколение Альфа (примерные годы рождения с середины 2010-х годов с середины 2020-х годов) – общность сверстников, характерной особенностью которых является активное времяпрепровождение в онлайн среде. Представители поколения Альфа испытывают на себе влияние многочисленных сетевых трендов, за которыми они следят.

Нейтральными субкультурами поколения Альфа являются дед-инсайд, Редан, дрейн, soft-boy и soft-girl. Деструктивные субкультуры данного поколения могут проявить себя в дальнейшем по мере взросления его представителей.



ДЕД-ИНСАЙД (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколения Z, Альфа.
Возраст: детский, подростковый,
юношеский (8 – 20 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Пессимизм, равнодушие, и агрессивное презрение к окружающим, социальная изоляция. Одобрение игры Dota, аниме Токийского гуля.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Одежда – черно-белых оттенков, темные джинсы, черные футболки, темные толстовки с капюшоном. Длинная челка, покрашенные в белый цвет волосы, а в черный – ногти.



ДЕВИЗ:

«Мне [плевать], я дед-инсайд».

▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Илья Коробкин (Алоха)



xxcursed

РЕДАН (нейтральные)

▶ ИДЕОЛОГИЯ

▶ Целевая аудитория

Поколение Альфа.
Возраст: детский, подростковый,
юношеский (12 – 18 лет).

▶ Ценности, мировоззрение

Индивидуальность, самовыражение. Объединение отсылает к одной из главных группировок в манге Hunter x Hunter («Охотник против охотника»), ставшей символом для молодых людей, желающих выделиться.

▶ ВНЕШНОСТЬ

▶ Стиль

Черная одежда (балахоны) с символикой паука и цифрой 4. Волосы черные, растрепанные.



▶ ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Геней Редан (персонаж аниме)

SOFT-BOY И SOFT-GIRL (нейтральные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколения Z, Альфа.
Возраст: подростковый, юношеский
(12 - 20 лет).

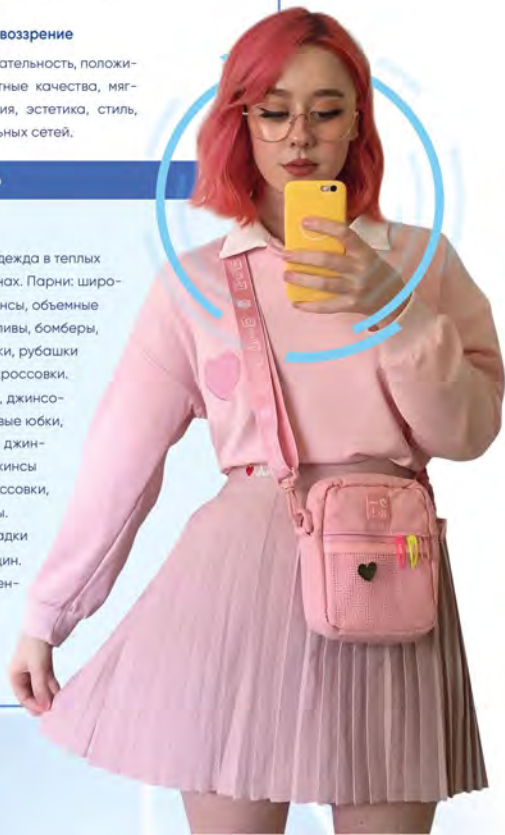
► Ценности, мировоззрение

Социальная желательность, положительные личностные качества, мягкость, меланхолия, эстетика, стиль, ведение социальных сетей.

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

Повседневная одежда в теплых и пастельных тонах. Парни: широкие светлые джинсы, объемные футболки, лонгсливы, бомберы, джинсовые куртки, рубашки в клетку, белые кроссовки. Девушки: платья, джинсовые или велюровые юбки, милые кофточки, джинсовые куртки, джинсы пот, белые кроссовки, низкие мартинсы. Аккуратные укладки у мужчин и женщин. Волосы естественного цвета или окрашены в пастельные цвета.



ДРЕЙН (нейтральные)

► ИДЕОЛОГИЯ

► Целевая аудитория

Поколения Z, Альфа.
Возраст: детский, подростковый, юношеский
(8 - 23 года).

► Ценности, мировоззрение

Грусть, подавленность, измотанность чувствами неразделенной любви и ненужности; социофобия, восприятие мира в черных тонах (симбиоз эмо и готов).

► ВНЕШНОСТЬ

► Стиль

Черная одежда, белые кроссовки, объемные шарфы, цепи, принты в виде готических символов, чокеры, браслеты. Волосы растрепанные, черные или окрашенные в различные цвета (розовый, серый, красный).



► ИЗВЕСТНЫЕ ЛИЦА И ЛИДЕРЫ



Клауд-рэперы Drain Gang

КОНФЛИКТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖНЫХ СУБКУЛЬТУР

Риски неформальных молодежных объединений связаны с формированием ролей «агрессоров» (деструктивных субкультур) и «жертв» (объектов насилия), а также направлением стратегий социализации молодежи по неадаптивному пути:



01 ИСКАЖЕНИЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ЦЕННОСТЕЙ

Искажение интерпретации ценностей нейтральных субкультур ведет к порождению их деструктивных и радикальных ответвлений, связанных с запрещенной идеологией и транслирующих опасные модели поведения (часто реализуется через «примесь» националистических идей к нейтральной субкультуре).



02 ПОВЫШЕННАЯ ИДЕОЛОГИЧЕСКАЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ

Повышенная идеологическая вовлеченность участников субкультур (как деструктивных, так и «мирных») и искажение трактовки идеологии группы оппонентов ускоряют переход от конфликтных намерений к агрессивным действиям. В силу идеологического контраста между субкультурами формируется агрессивная среда.



03 ПООЩРЕНИЕ АГРЕССИВНЫХ ПРЯВЛЕНИЙ

Поощрение агрессивных проявлений внутри группы (например, околофутбол, панки, скинхеды) по отношению к другим группам ведет к повышению конфликтности данных объединений.



04 ВЫСОКАЯ СТЕПЕНЬ ОРГАНИЗОВАННОСТИ И СПЛОЧЕННОСТИ

Высокая степень организованности и сплоченности неформальных объединений усиливает опасные влияния при антисоциальной направленности субкультуры (например, МКУ – террористическая организация, запрещенная на территории РФ).



05 ДЕМОНИЗАЦИЯ БЕЗОБИДНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

Отдельным риском является демонизация в медийном пространстве не представляющих опасность неформальных молодежных объединений вследствие их инаковости и ухудшение положения группы, подвергающейся агрессии.



06 ДЕМОНСТРАЦИЯ КОНФЛИКТНОГО ПОТЕНЦИАЛА

Демонстрация конфликтного потенциала и оправдание злонамеренных действий в медийном пространстве ведут к распространению негативного влияния на менее защищенные слои населения.

Нейтральные субкультуры могут быть подвержены агрессии со стороны другого течения из-за различий норм, интересов или во внешнем виде

Наличие противоположной идеологии, политических взглядов или мировоззрения являются источником конфликтов и несогласий. В этом отношении существуют молодежные субкультуры, которые не представляют угрозы для общества, но способны стать объектами насилия со стороны более радикальных движений (Редан).

КАЛЕЙДОСКОП КОНФЛИКТА СУБКУЛЬТУР

На странице 73 представлен калейдоскоп конфликта субкультур (рис. 2), в котором отражены наиболее яркие субкультуры, имеющие высокую вероятность возникновения межгруппового конфликта как в онлайн, так и в офлайн-среде.

Предложены два критерия классификации субкультур: аутоагрессия/гетероагрессия и индивидуализм/коллективизм. Расположение субкультур на калейдоскопе зависит от выраженности указанных векторов в субкультурах.

ИНДИВИДУАЛИЗМ

Индивидуализм предполагает предпочтение личных целей, интересов и ценностей общественным, поиск себя через обособление от группы и подчеркивание индивидуальности.

КОЛЛЕКТИВИЗМ

Коллективизм предполагает поиск себя через идентификацию с группой, согласие и разделение общих целей, ценностей, идеалов.

АУТОАГРЕССИЯ

Аутоагрессия - это деструктивное проявление, при котором наносится вред самому себе. Её ярким проявлением является суицидальное поведение, а также употребление наркотиков и нахождение в длительном депрессивном состоянии.

ГЕТЕРОАГРЕССИЯ

Гетероагрессия - деструктивное проявление, направленное на других. Включает в себя причинение вреда физическому и психологическому состоянию других, например, через буллинг и физические повреждения.

ИДЕОЛОГИЯ

Определенные субкультуры формируются вокруг выработанной идеологии, при этом часть субкультур заменяют идеологию отрицанием существующих ценностей, идеалов, морали, т.е. намеренно отказываются от нее в пользу имморализма.

Схема разделена на два полушария, которые отражают наличие или отсутствие у тех или иных субкультур идеологии, в силу которой между указанными движениями формируется конфликтный потенциал.

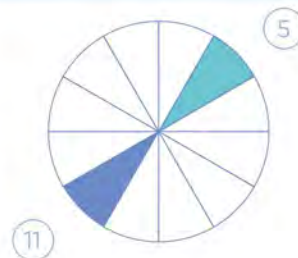
В схеме определены секторы, которые включают совокупность субкультур по общим критериям, образуя субкультурные течения. Секторы имеют свои номера от 1 до 12, расположенные по окружности схемы



Каждое отдельное течение (сектор) имеет риск потенциального конфликта с противоположным течением (сектором, расположенным напротив)

Определить направление конфликта можно по сопровождающей числовой пометке непосредственно около названий субкультур, которая означает номер субкультурного течения оппонентов.

Субкультуры эмо и фурии находятся в секторе 5 и имеют сопровождающее число 11, что означает их конфликтные отношения с 11 сектором (панками, андерграундом, имеющими соответственно сопровождающую пометку 5 около своих названий). Как пример, конфликтами субкультур являются противостояния между спортсменами (10 сектор) и нарко-субкультурами (4 сектор), между оффниками (8 сектор) и представителями аниме-течения (2 сектор).



КАЛЕЙДОСКОП СУБКУЛЬТУР

N Обозначает конфликт субкультур, где N и цвет круга – это номер и цвет конфликтной субкультуры

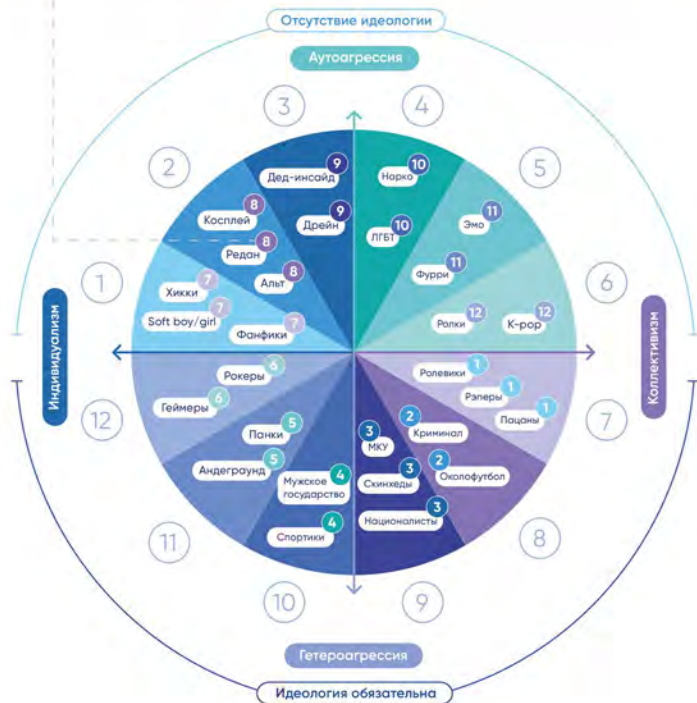


Рисунок 2. Калейдоскоп конфликта субкультур

КОНФЛИКТЫ МОЛОДЁЖНЫХ СУБКУЛЬТУР

Следует отметить примеры других известных конфликтов среди молодежных субкультур:



Готы и эмо

Противостояние между готами и эмо основывается на различии психологии и отношения к эстетике (сдержанные, мрачные готы осуждают представителей субкультуры эмо за излишнюю эмоциональность, инфантилизацию их культуры и коммерциализацию их музыки и стиля)³⁸.

Хипстеры и панки

Противостояние между хипстерами и панками вызвано различием стилей жизни, ценностей, музыкальных предпочтений, отношения к моде и искусству.



Уличные группировки

Конфликты между субкультурами уличных группировок в различных городах России (т.н. последователи «блатных», «воров в законе» и других криминальных субкультур) могут быть связаны с борьбой за контроль над определенными территориями, распределением ресурсов или разногласиями внутри криминальных структур³⁹.



³⁸ Павлова Е. В. Молодые этнические этнокультурные субкультуры России // ИСЭОС. 2010. № 1. С. 20-30.
³⁹ Павлова Е. П. Этнические субкультуры (этнокультурные). В Социальное взаимодействие в современном мире: межличностные, государственные, этнокультурные взаимодействия. Учебное пособие / Российская академия наук. Институт социологии. Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ, 2014. 111 с. ISBN 978-5-7882-0000-0. © Павлова Е. П. 2014. © Российская академия наук. 2014. © СПбГУ.



Национальные субкультуры

Конфликты между национальными субкультурами могут иметь молодежный контекст и возникать между молодежными группами, представляющими разные этнические или национальные сообщества.

Реперы и рокеры/панки

Конфликт между реперами и рокерами/панками основывается на различиях в музыкальных предпочтениях, стиле одежды, мировоззрении и может проявляться в форме вербальных споров, оскорблений или даже физических столкновений⁴⁰.



Оффшники и альт

Отношения оффшников и альт в общественных местах или на улицах способны вытекать в конфликт, который связан с противопоставлением разных ценностей, стилей поведения и неприятием агрессии последними.

Активисты и анархисты

Конфликты между социальными активистами и анархистами возникают в отношении стратегий и тактик борьбы за социальные изменения, а также взглядов на власть и насилие.



AUE* и спортсмены

Конфликты между сторонниками движения AUE* (экстремистская организация, запрещенная на территории РФ) и спортсменами могут возникать из-за территориальных претензий, конкуренции за ресурсы, разногласий в отношении законности и справедливости, а также образа жизни⁴¹.



Готы и религиозные группы

Конфликты между готами и религиозными группами базируются на различии трактовок религии, морали, образа жизни и часто проявляются в форме непонимания, предвзятости, дискриминации.

Эмо и оффшники

Конфликты между эмо и оффшниками могут возникать в разных ситуациях из-за негативного отношения к культуре оппонентов и межличностных конфликтов. Эмо становятся объектами агрессии и пытаются защитить себя от насилия со стороны оффшников.



ВАЖНО ОТМЕТИТЬ

Анализируя конфликты между субкультурами, необходимо отметить, что зачастую молодежные объединения стремятся к конфликтам ввиду необходимости идентификации личности, находящейся в постоянном изменении⁴².

⁴⁰ Экстремистская организация, запрещенная на территории РФ.

⁴¹ Колесниченко Т.М. Роль как «интерактивных» субкультурных «контрастов» // Вестник Лосовского государственного университета. Серия: Технические науки. 2020. № 4. С. 65-68.

⁴² Бадина И.Л., Колесниченко Н.А. AUE* – экстремистская молодежная субкультура: социология в @-пространстве // Стратегическое управление: проблемы образовательного обеспечения – научные материалы статьи. 2019. С. 10-12.

⁴³ Колесниченко Н.С., Колесниченко Д.А. Движение «оффшники»: характеристика в аспектах исследования в контексте взаимодействия культуры // Стратегическое управление: проблемы образовательного обеспечения – научные материалы статьи. 2019. № 3. С. 115-123.

В современной социологии молодежи специфически молодежные конфликты изучаются в контексте условий транзитивности общества. Особенностью конфликтов в этих условиях является их эскалация до макроуровня (общества в целом) в отличие от стабильного общества, в котором конфликты затрагивают преимущественно отдельные группы или общности.

Поскольку молодежь как социально-демографическая группа дифференцирована, то одновременно сосуществует множество субкультур, зачастую входящих в конфронтацию друг с другом. Вследствие социокультурных конфликтов возникают маргинальные социальные группы (группы риска, контркультура)²¹.



”

Конфликт – неотъемлемая форма взаимодействия между людьми

Таким образом конфликты являются неотъемлемой формой взаимодействия между людьми, однако, если они затрагивают традиционные нормы и моральные основы, сложившиеся в обществе, конфликт рискует иметь деструктивные последствия. Несмотря на стремление к самоидентификации в рамках определенного движения, молодежная среда представляет собой почву для развития социальных противоречий.

”

Конфликтный потенциал – условие укрепления каждого движения

Тем не менее конфликтный потенциал среди молодежных субкультур является неотъемлемым условием процесса становления и укрепления каждого движения.

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ КОММУНИКАЦИИ И КОНФЛИКТА У СУБКУЛЬТУР

на примере субкультурных течений
«Аниме» и «Пацанское»

78



ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ

Между субкультурами могут наблюдаться отношения преемственности или конфликта. Конфликтные взаимодействия могут складываться между субкультурами, существующими параллельно или возникающими последовательно: широко известен конфликт между **рэперами** и **панками**, а также исходящий от **скинхедов** антагонизм по отношению к **рэперам** и **эмо**, актуальный в настоящее время конфликт между **оффниками** и **Редан**.

ПРОБЛЕМА

В настоящее время активность молодежи, обусловленная включенностью в неформальные субкультурные объединения, переходит из реальной жизни в социальные сети, где участники подобных сообществ получают доступную площадку для самовыражения и коммуникации.

Социальные сети облегчают процессы вовлечения участников в различные сетевые субкультуры, поддержания взаимодействия внутри сообществ, а также трансляции определенного психологического содержания участникам субкультур (ценностей, моделей поведения и атрибутики, подчеркивающей принадлежность к группе). В социальных сетях активизируется как нейтральная, так и деструктивная активность субкультур. Формирование



сверстниками субкультурных течений, в том числе маргинальных, выступает как способ самоопределения и ориентировки в системе социальных норм по принципу следования культуре большинства или конфликта с ней.



ДЕСТРУКТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ

Субкультурные течения представляют собой альтернативную стратегию социализации молодежи, и в одних случаях приводит к уникальным инновациям, а в других – к нежелательным и опасным девиациям. Изучение связей между субкультурами, их антагонизма и преемственности открывает возможности для предупреждения и профилактики деструктивных влияний, их компенсации позитивными интересами; нивелирования конфликтов между неформальными молодежными объединениями, формирования групп «жертв» и «агрессоров».

УТОЧНЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ

Сетевая субкультура

Ведущая активность в сети Интернет, представляет собой социальную общность людей, идентифицирующих себя с данной группой и разделяющих общие цели, ценности, мировоззрение и элементы образа жизни, которые отличают данную группу от большинства.

В сетевой субкультуре сохраняются основные признаки офлайн-субкультур. Сетевые субкультуры следует отличать от

сетевых сообществ: последние представляют собой группы людей, которые формируются вокруг каких-либо интересов и не обязательно разделяют схожие ценности, имеют низкую сплоченность и степень идентификации с группой, не отражают основные признаки субкультуры.

В исследовании мы рассматриваем два конфликтующих субкультурных течения поколений Z (годы рождения примерно 1999 – 2012) и Альфа (годы рождения с начала – середины 2010-х годов по середину 2020-х годов) – направление «Аниме» и направление, условно обозначенное нами как «Пацанское».

НАПРАВЛЕНИЕ «ПАЦАНСКОЕ»

Включает следующие субкультуры имеющие в основном деструктивный характер:

Криминальная и пацанская субкультура

Околофутбол (оффники)

Пацанский рэп

♦ Цель исследования

Выявление и сравнение социальных установок, особенностей коммуникации и возможных оснований конфликта у субкультурных течений «Аниме» (дрейн, Редан, косплей, фурри) и «Пацанское» (криминальная субкультура, пацанские паблики, околофутбол, рэперы), представленных в онлайн-среде.

♦ Объект исследования

Молодежные сетевые субкультуры направлений «Аниме» и «Пацанское».

♦ Предмет исследования

Транспируемые установки, особенности коммуникации и взаимодействия субкультурных течений «Аниме» (дрейн, Редан, косплей, фурри) и «Пацанское» (криминальная субкультура, пацанские паблики, околофутбол, рэперы), представленных в онлайн-среде.

НАПРАВЛЕНИЕ «АНИМЕ»

Включает субкультуры объединенные общим интересом к жанру аниме:

Дрейн

Редан

Косплей

Фурри



ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ:

01 Выявление социальных установок, особенностей коммуникации (ключевые слова, системы понятий и категорий) и взаимодействия (возможные основания конфликта)

субкультурных течений «Аниме» (дрейн, Редан, косплей, фурри) и «Пацанское» (криминальная субкультура, пацанские паблики, околофутбол, рэперы) посредством анализа текстового контента и медиаконтента в записях на стене и комментариях сетевых сообществ.



02 Выявление различий коммуникации и особенностей взаимодействия между субкультурными течениями «Аниме» (дрейн, редан, косплей, фурри) и «Пацанское» («криминальная субкультура, пацанские паблики, околофутбол, рэперы) на основе анализа семантической близости сетевого контента данных субкультур.



ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ГИПОТЕЗА

Существуют различия между сетевыми субкультурами «Аниме» (дрейн, Редан, косплей, фурри) и «Пацанское» («криминальная субкультура, пацанские паблики, околофутбол, рэперы) в аспектах коммуникации и социальных установок, транслируемых в социальных сетях.

ЭМПИРИЧЕСКАЯ ГИПОТЕЗА

Между субкультурами течений «Аниме» и «Пацанское» наблюдается контраст в семантических категориях текстового контента и различия медиаконтента, транслируемых в социальных сетях.

МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

ВЫБОРКА

Анализовалась активность сообществ субкультур «Аниме» (дрейн, Редан, косплей, фурри) и «Пацанское» (криминальная субкультура, пацанские паблики, околоспорт, рэперы) за 2022 и 2023 годы: записи на «стене» в сообществах (текстовый контент и медиаконтент) и комментарии участников сообществ (текстовый контент). Выгрузка текстового контента из сообществ субкультур представлена в таблице 1.

> Категория	Количество
✓ Пацанское комментарии	4 447
✓ Аниме комментарии	3 600
✓ Пацанские посты*	2 300
✓ Аниме посты	1 637

*записи на стене сообщества

Таблица 1. Набор данных с текстовым контентом, выгруженным из сетевых сообществ субкультур

Для анализа медиаконтента (изображений) были выгружены 200 фотографий из сообществ субкультур «Аниме» и 200 фотографий из сообществ субкультур «Пацанское».



ПЛАН ИССЛЕДОВАНИЯ

План исследования: межгрупповой. Сравняются семантические и визуальные категории субкультур «Аниме» и «Пацанское».

МЕТОДИКИ

01 Алгоритм для выделения ключевых слов YAKE!

Метод анализа текстовых данных, учитывающий частоту встречаемости слова, его положение в предложении, совместные появления других слов с этим словом; количество раз, когда слово начинается с большой буквы и количество раз, когда слово состоит из больших букв (отмечается алгоритмом как аббревиатура).

02 Тематическое моделирование

Метод анализа семантических категорий, основанный на латентном размещении Дирихле. Представляет собой порождающую модель, позволяющую выделять неявные тематические группы и объяснять результаты наблюдений на основе сходства некоторых частей данных.

03 Контент-анализ ключевых слов

(Подробный контент-анализ представлен в приложении 2).

КАТЕГОРИИ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ДЛЯ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ (КОММЕНТАРИИ):



Социальная идентичность

В категории представлены слова, отражающие принадлежность к значимым группам



Гендерные категории

- упоминание девушки
- упоминание парня



Идеология

В категории представлены слова, относящиеся к идеологическим основам субкультур (житейская философия, установки и т.д.)



Социальная перцепция и интеракция

- ♦ социальная перцепция – слова, описывающие восприятие образа личностей и групп, а также эмоциональное отношение к ним (визуальные категории, предпочтения)
- ♦ социальное взаимодействие/интеракция – слова, выражающие согласие или несогласие с собеседником (две формы социального взаимодействия – кооперация и конкуренция/конфликт)



Эмоциональные высказывания

Слова, отражающие отношение к собеседнику или сетевому контенту:

- ♦ негативные оценочные высказывания
- ♦ позитивные оценочные высказывания
- ♦ негативные оценки субкультуры (входит также в 3.1.)
- ♦ позитивные оценки субкультуры (входит также в 3.2.)
- ♦ обценное указание (посылание)
- ♦ выражения безразличия



КАТЕГОРИИ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ДЛЯ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ (ЗАПИСИ НА СТЕНЕ СООБЩЕСТВ):



Социальная идентичность

Слова, отражающие принадлежность к значимым группам



Идеология

Слова, относящиеся к идеологическим основам субкультур (жизтейская философия, установки и т.д.)



Активность участников сообществ

- ♦ события/мероприятия (очные)
- ♦ поиск отношений и общения в сообществе
- ♦ упоминание онлайн-игр
- ♦ творчество
- ♦ активность участников на мероприятиях

Производился подсчет абсолютных и относительных частот упоминаний категории среди ключевых слов, а также расчет медианы рангов ключевых слов для категорий (ранги ключевых слов определяются алгоритмом для выделения ключевых слов YAKEI).



Контент-анализ фотографий по категориям

Для расчета статистической значимости различий между группами «Аниме» и «Пацанское» использовался критерий Хи-квадрат Пирсона

КАТЕГОРИИ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА (ФОТОГРАФИИ):



Индивидуальные (1 чел.), коллективные (2 и более чел.)



Мужчины, женщины



Без текста на фотографии, с текстом на фотографии



Развлекательный контент



Творчество, интересы



Вредные привычки



Символика



Другое



РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

АНАЛИЗ ТЕКСТОВОГО КОНТЕНТА

(алгоритм для выделения ключевых слов, тематическое моделирование, контент-анализ)

01 АЛГОРИТМ ДЛЯ ВЫДЕЛЕНИЯ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ YAKE!

Для применения алгоритма выделения ключевых слов была произведена выгрузка текстового контента из сообществ субкультур.



**Из сообществ субкультур
«Аниме» преобладает
медиаконтент**

В наборе данных из сообществ субкультур «Аниме» преобладает медиаконтент и снижено количество текстового контента по сравнению с сообществами субкультур направления «Пацанское».

Это может быть объяснено с точки зрения психологической направленности субкультур: «пацанские» сообщества транслируют преимущественно обыденные понятия, т.е. когнитивные составляющие, тогда как группы «Аниме» в большей степени ориентированы на трансляцию образов и эмоций.

К записям на стене сообществ и комментариям был применен алгоритм для выделения ключевых слов YAKE!

Записи и комментарии были распределены по категориям:

Аниме_комментарии

Аниме_посты

Пацанское_комментарии

Пацанское_посты

Были выгружены по **200 ключевых слов с метриками**, ранжированных по убыванию от наиболее частотных к наименее частотным (ключевые слова и метрики приведены в приложении 1).

02 ТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ (ЛАТЕНТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ ДИРИХЛЕ)

Списки ключевых слов по топикам «аниме_комментарии», «аниме_посты», «пацанское_комментарии», «пацанское_посты» были проанализированы с помощью метода тематического моделирования, основанного на латентном размещении Дирихле (заданные параметры: «анализ по строкам», вес частотных слов = 1).

Моделирование проводилось с заданием 1 темы на каждую категорию текстового контента. **Полученные результаты представлены в таблице 2.**

В комментариях сообществ субкультуры «Аниме» наблюдается преобладание обсуждений Редана – 10% (актуальная тема) и косплея – 6%, тогда как в коммента-

Аниме_комментарии	Аниме_посты	Пацанское_комментарии	Пацанское_посты
10% редан	9% fur	4% club	5% фанат
6% косплей	3% фурри	3% такой	5% сектор
2% нах**	3% искать*	2% жизнь	3% лига
2% хотеть	2% furcult	2% друг	2% цска
2% хороший	2% найти	2% слово	2% друг
2% вообще	2% игра	2% факт	2% спартак
2% фурри	2% друг	1% вообще	1% ска
2% дрейн	2% косплеер	1% трек	1% рост
1% club	1% furry	1% парень	1% россия
1% человек	1% cosplay	1% ultras	1% зенит

Таблица 2. Результаты тематического моделирования для ключевых слов субкультур «Аниме» и «Пацанское».

риях пацанских сообществ преобладают категории жизненной философии. Среди сообществ «Аниме» наиболее активными с точки зрения создания текстового контента является субкультура фурри, а также чуть менее активным является косплей;

кроме того, в тематический кластер попадает категория, отражающая поисковую активность («искать» – 3%). Сетевая активность пацанских сообществ представлена околоспортивными сообществами.



03 КОНТЕНТ-АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ

Контент-анализ ключевых слов, произведенный профессиональными психологами-методологами, согласуется с результатами тематического моделирования и уточняет их. В таблицах 3 и 4 представлены абсолютные и относительные (%) частоты встречаемости категорий и подкатегорий контент-анализа, а также медианы рангов

ключевых слов; результаты отбора ключевых слов в выделенные категории представлены в приложении 2. Рисунки 1-4 и 6-7 иллюстрируют количественное соотношение данных категорий в комментариях и постах исследуемых субкультур. Рисунки 5 и 8 отражают соотношение медиан рангов ключевых слов, входящих в каждую из

Категории контент-анализа	Субкультура «Аниме»			Субкультура «Пацанское»		
	частоты	%	медиана рангов	частоты	%	медиана рангов
Социальная идентичность (принадлежность к группе)	17	8,5%	29	23	11,5%	81
Идеология (установки)	3	1,5%	86	21	10,5%	97
Эмоциональные высказывания						
• негативные оценочные высказывания	16	8%	136	4	2%	134
• позитивные оценочные высказывания	24	12%	82	10	5%	95
• негативные оценки субкультуры (входит в 2.1)	9	4,5%	137,5	0	0%	-
• позитивные оценки субкультуры (входит в 2.2)	14	7%	137,5	0	0%	0
• обобщенное указание (посылание)	6	3%	26,5	3	1,5%	148
• выражения безразличия	2	1%	103,5	1	0,5%	94
Социальная перцепция (интеракция как стороны общения)						
• социальная перцепция (восприятие личностей и групп)	14	7%	52,5	0	0%	-
• социальное взаимодействие/интеракция (выражение согласия с собеседником)	0	0%	-	19	9,5%	98
Гендерные категории						
• упоминание девушки	2	1%	117	0	0%	-
• упоминание парня	2	1%	131	8	4%	80

Таблица 3. Контент-анализ ключевых слов в комментариях сообществ субкультур направленности «Аниме» и «Пацанское»



Рисунок 1. Относительные частоты встречаемости категорий «1. Социальная идентичность» и «2. Идеология» в комментариях из сообществ субкультур «Аниме» и «Пацанское».

В комментариях субкультуры «Пацанское» социальная идентичность более дифференцирована, чем в комментариях субкультуры «Аниме» (рис. 1): помимо основных категорий принадлежности к субкультурам (фанаты, пацанские) представлены как более узкие (цска команда, цска красно, анжи, зенит), так и генерализованные категории социальной принадлежности (русские, Россия, семья, наших). В комментариях субкультуры «Аниме» представлены преимущественно основные категории принадлежности к субкультурам (редан, дрейн, аниме, косплей).

Таким образом, наблюдается большая социальная категоризация, в том числе деление на «своих» и «чужих» в сообществах субкультуры «Пацанское».

Категория «идеология» (рис. 1) также более выражена у субкультуры направления «Пацанское»: в комментариях транслируется жизненная философия, обыденные представления о счастье, любви, дружбе и человеческих отношениях (например, жизни, таких людей, любовь, души, должны, честный, нашей жизни, моей жизни, жизни правда, дружба, брат).

В комментариях субкультур течения «Аниме» идеология представлена нешироко, встречаются околорелигиозные категории (религии, veni satano, аллах), а сами субкультуры рассматриваются авторами комментариев в ряде случаев как оскорбляющие религию (оскорбление религия). В целом пласт идеологии у субкультур направления «Пацанское» более выражен, чем у субкультур направления

«Аниме». Это позволяет выдвинуть два предположения 1) «Аниме» является скорее течением, чем в полной мере субкультурой, поскольку не отвечает одному из основных признаков субкультур – наличию идеологии; 2) участники субкультур направления «Аниме» могут использовать лишь ее имидж, не разделяя при этом общих ценностей и представлений и не формируя сплоченное единство.

3. Эмоциональные высказывания



Рисунок 2. Относительные частоты встречаемости категорий блока «3. Эмоциональные высказывания (отношение)» в комментариях из сообществ субкультуры «Аниме» и «Пацанское».

4. Стороны общения



Рисунок 3. Относительные частоты встречаемости категорий блока «4. Стороны общения: социальная перцепция и интеракция» в комментариях из сообществ субкультуры «Аниме» и «Пацанское».

Позитивные и негативные оценочные высказывания (рис. 2) в комментариях преобладают у субкультуры «Аниме» по сравнению с субкультурой «Пацанское». При этом в ключевых словах из сообществ субкультуры «Пацанское» отсутствуют оценочные высказывания по отношению к самим субкультурам, тогда как в группах

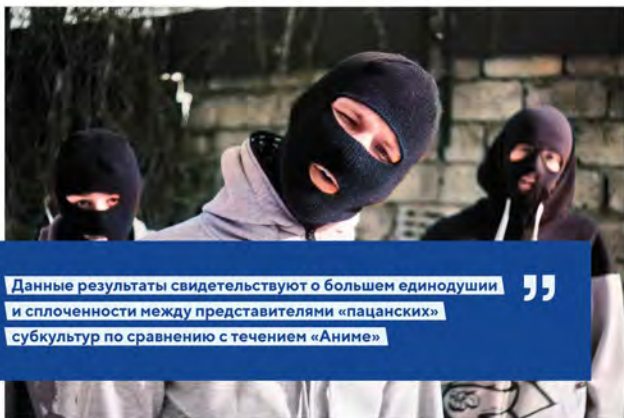
направления «Аниме» встречаются позитивные и негативные оценки по отношению к группам принадлежности (позитивные: отличный косплей, годный косплей, красиво; негативные: реддан шл*хи, реддан г*но). Негативные оценки в комментариях преимущественно субкультуре Редан.

Они могут быть следствием конфликтных взаимодействий внутри течения «Аниме» (если представители других ответвлений направления негативно оценивают Редан), так и следствием межгруппового конфликта (если негативные комментарии в сообществах «Аниме» принадлежат авторству представителей иных субкультур).

РАЗЛИЧИЯ В ВЫРАЖЕННОСТИ ПЕРЦЕПТИВНОЙ И ИНТЕРАКТИВНОЙ СТОРОН ОБЩЕНИЯ

Между субкультурными течениями «Аниме» и «Пацанское» существуют качественные различия в выраженности перцептивной и интерактивной сторон общения¹⁴ (рис. 3). В комментариях субкультуры «Аниме» встречаются ключевые слова, описывающие восприятие образа участника субкультуры, а также эмоциональные отношения к этому образу (стиль, красиво, красивая, арт, взгляд, образ); в комментариях субкультуры

«Пацанское» подобные категории не встречаются. Напротив, в комментариях из сообществ «пацанских» тематик преобладают категории согласия с собеседником или записью на стене (факт, верно, согласен, правильно, золотые слова, истина, верно сказано, правильные слова, истинные слова, точно сказано), которые не фиксируются в ключевых словах представителей «Аниме».



Данные результаты свидетельствуют о большем единодушии и сплоченности между представителями «пацанских» субкультур по сравнению с течением «Аниме»

¹⁴ Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Академический Проект, 2001.

5. Гендерные категории



Рисунок 4. Относительные частоты встречаемости «5. Гендерных категорий» в комментариях из сообществ субкультур «Аниме» и «Пацанское».





Рисунок 5. Сравнение медиан рангов ключевых слов для комментариев (по категориям контент-анализа).

В комментариях субкультуры «Пацанское» преобладают отсылки к мужскому полу, тогда как в комментариях субкультуры «Аниме» представлены упоминания и парней, и девушек (рис. 4).

Таким образом субкультуры направления «Пацанское» можно охарактеризовать как более маскулинные. Сравнение медиан рангов ключевых слов (рис. 5) позволяет оценить наиболее значимые тематические категории в семантическом поле субкультуры: чем ниже медиана рангов (минимум – 1), тем выше значимость категории. Для иллюстративности категорий, в которых отсутствовали слова, присваивался ранг 201 на графиках (условно данный ранг обозначает место в рейтинге из 200 ключевых слов за «последним местом», т.е. вне рейтинга).

При сравнении ключевых слов в комментариях субкультур «Аниме» и «Пацанское», мы можем наблюдать более высокую значимость категорий «социальная



идентичность», «оценочные высказывания» (все подкатегории), социальная перцепция (т.е. визуальная оценка личностей и групп, а также эмоциональное отношение к ним) для субкультуры направленности «Аниме»: слова из данных категорий занимают более высокие места в рейтинге всех ключевых слов (имеют более низкий ранг). Данные результаты позволяют предположить, что субкультуры направленности «Аниме» предлагают своим представителям стратегию социализации через усиление индивидуальности посредством формирования внешнего облика и оценочного компонента Я-концепции. У субкультур течения «Пацанское» наблюдается значимость категорий однородности по полу и социального взаимодействия, т.е. согласия и сплоченности, т.о. представители субкультур данного направления реализуют стратегию социализации через полюс социальности (по Э. Фромму, А. Тэшфелу и Дж. Тернеру).



Категории контент-анализа	Субкультура «Аниме»			Субкультура «Пацанское»		
	частоты	%	медиана рангов	частоты	%	медиана рангов
Социальная идентичность (принадлежность к группе)	17	8,5%	29	57	28,5%	64
Идеология (установки)	0	0%	–	20	10%	65
Активность						
♦ события/мероприятия (очные)	2	1%	102,5	27	3,5%	76
♦ поиск отношений и общения в сообществе	29	14,5%	65	0	0%	–
♦ онлайн-игры	11	5,5%	27	0	0%	–
♦ творчество	4	2%	130	5	2,5%	104
♦ физическая активность участников на мероприятиях	0	0%	–	9	4,5%	104

Таблица 4. Контент-анализ ключевых слов в записях на стене сообществ субкультур направленности «Аниме» и «Пацанское»

В записях сообществ в большей степени, чем в комментариях виден контраст между субкультурными направлениями в аспекте социальной идентичности и идеологии (рис. 6): данные категории более выражены у направления «Пацанское».

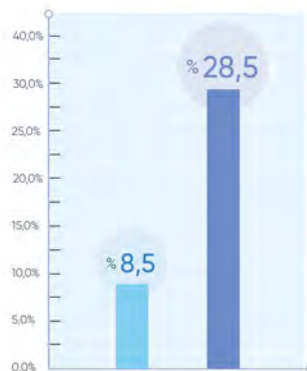
При этом в постах групп «Аниме» идеология отсутствует. Категории активности субкультур также распределены неравномерно (рис.7): в «пацанских» сообществах отсутствует поисковая активность в аспекте межличностных отношений (поиск любви и дружбы), тогда как в сообществах течения «Аниме» данная категория преобладает (14,5% ключевых слов).



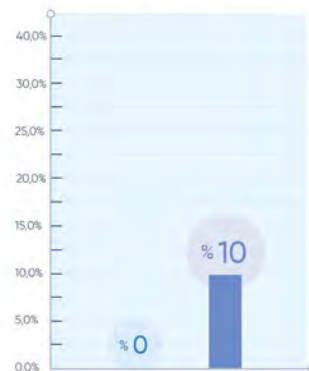
Судя по контенту групп, участники «пацанских» сообществ более активны в офлайн-среде

Большее количество событий и мероприятий, а также чаще встречаются указания на активность участников в рамках событий – поддержка команд баннерами, выезды и прочее), тогда как представители субкультур «Аниме» проявляют большую онлайн-активность, в частности игровую.

1. Социальная идентичность



2. Идеология



● Субкультура «Аниме» ● Субкультура «Пацанское»

Рисунок 6. Относительные частоты встречаемости категорий «1. Социальная идентичность» и «2. Идеология» в записях на стене из сообществ субкультур «Аниме» и «Пацанское»

В записях сообществ в большей степени, чем в комментариях виден контраст между субкультурными направлениями в аспекте социальной идентичности и идеологии (рис. 6).



3. Активность субкультур

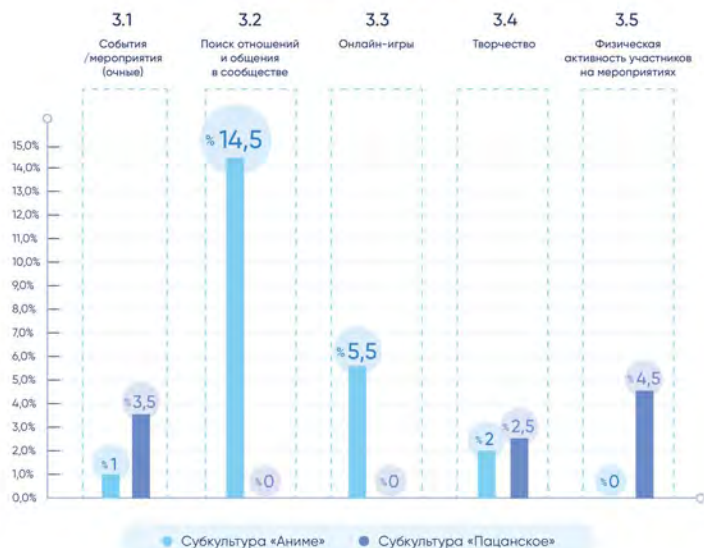


Рисунок 7. Относительные частоты встречаемости категорий блока «3. Активность субкультур» в записях на стене из сообществ субкультур «Аниме» и «Пацанское».

Категории активности субкультур также распределены неравномерно (рис.7): в «пацанских» сообществах отсутствует поисковая активность в аспекте межличностных отношений (поиск любви и дружбы), тогда как в сообществах течения «Аниме» данная категория преобладает (14,5% ключевых слов). Судя по контенту групп, участники «пацанских» сообществ более активны в офлайн-среде (большее количество событий и мероприятий, а также чаще встречаются указания на активность участников в рамках событий – поддержка команд баннерами, выезды и прочее), тогда как представители субкультур «Аниме» проявляют большую онлайн-активность, в частности игровую. Соотнесения медиан рангов ключевых слов (рис. 8.) внутри категорий контент-анализа в данном случае показывает ту же картину, что и количественный подсчет категорий: поисковая и игровая активность у «Аниме», а также физичес-

● Субкультура «Аниме» ● Субкультура «Пацанское»

Сравнение медиан рангов (записи на стене сообществ)



Рисунок 8. Сравнение медиан рангов ключевых слов для записей на стене (по категориям контент-анализа).

кая активность и идеологическая направленность у субкультур течения «Пацанское» преобладают не только по количеству упоминаний среди ключевых слов, но по их приоритетности в рейтинге.

02 АНАЛИЗ МЕДИАКОНТЕНТА (ИЗОБРАЖЕНИЙ) В СООБЩЕСТВАХ

В результате анализа медиаконтента в сообществах субкультур были выделены следующие категории изображений, представленные в таблице 5 и визуализированные на диаграмме 9. Для анализа значимости различий между категориями применялся непараметрический критерий Хи-квадрат Пирсона.

Категории изображений	Субкультура «Аниме»		Субкультура «Пацанское»	
	Абсолютные частоты	Относительные частоты	Абсолютные частоты	Относительные частоты
Индивидуальные (на фотографии 1 человек)	111	55,5%	37	18,5%
Коллективные (на фотографии 2+ человек)	17	8,5%	72	36%
Мужчины	40	20%	107	53,5%
Женщины	97	48,5%	15	7,5%
Без текста на фотографии	175	87,5%	60	30%
С текстом на фотографии	25	12,5%	140	70%
Творчество	40	20%	2	1%
Интересы	4	2%	50	25%
Символика	14	7%	8	4%
Развлекательный контент	11	5,5%	21	10,5%
Вредные привычки	3	1,5%	5	2,5%
Другое	3	1,5%	7	3,5%
ВСЕГО	200	100%	200	100%

Таблица 5. Категории фотографий в сообществах субкультур «Аниме» и «Пацанское»

Сравнительный анализ категорий фотографий в сообществах субкультур «Аниме» и «Пацанское»

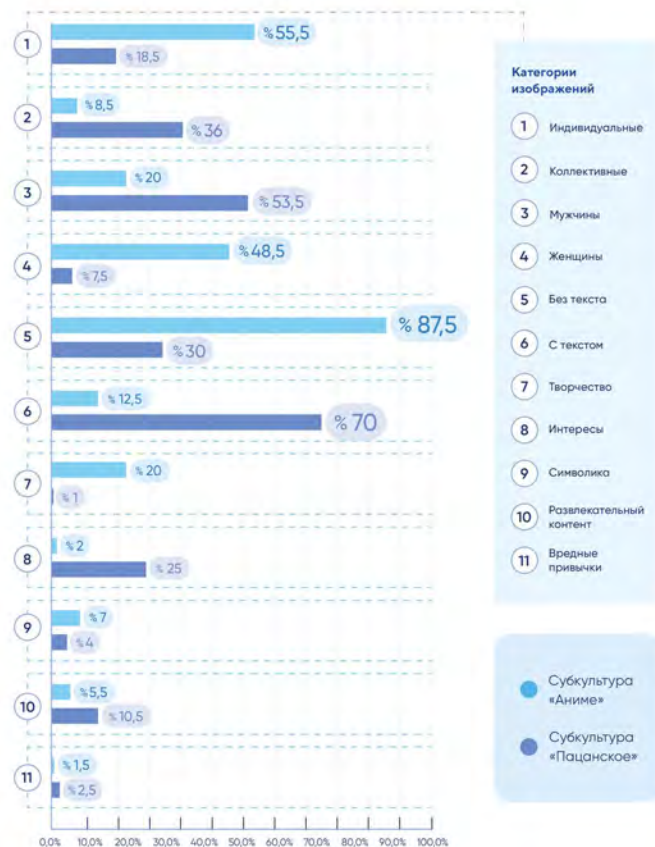


Рисунок 9. Анализа медиаконтента в сообществах субкультур «Аниме» и «Пацанское»



Рисунок 10.1. Пример фотографии из категории «символика» у субкультуры «Аниме»



Рисунок 10.2. Пример фотографии из категории «символика» у субкультуры «Аниме»

Статистический анализ показал, что наблюдается значимое преобладание индивидуальных фото у течения «Аниме» и коллективных фото у течения «Пацанское»

$$(x^2= 69,915; p<0,001)$$

Это согласуется с данными контент-анализа текстовых категорий. При этом индивидуальные фотографии субкультур направления «Аниме» содержат постановочные фото и «селфи», которые отражают демонстрацию образа, самопрезентацию, тогда как категория индивидуальных фотографий пацанского течения представлена преимущественно ситуативными фотографиями отдельных персон, которых сложно проинтерпретировать с точки зрения трансляции имиджа. Коллективные фотографии субкультур направления «Пацанское» преимущественно включают большие группы людей (фанатских трибуны, группы болельщиков, мужские группы более 4 человек); у субкультур течения «Аниме» коллективные фотографии представлены в значительно меньшем количестве и малочисленны с точки зрения персон на них (как правило, включают 2-4 человека). Таким образом медиаконтент субкультурных сообществ так же, как и текстовый контент, отражает отнесенность субкультур «Аниме» к «полюсу» индивидуализма, а субкультур направления «Пацанское» – к «полюсу» коллективизма.



Рисунок 11. Примеры фотографии из категории «индивидуальные» у субкультуры «Пацанское»

ВАЖНО ОТМЕТИТЬ

Важно отметить большое количество фотографий с закрытыми лицами среди индивидуальных фотографий «Аниме» (34 изображения) и их наличие среди коллективных фотографий течения «Пацанское».



Рисунок 12. Примеры фотографии из категории «коллективные» у субкультуры «Аниме».



13.06.23
Пока, молодцы живите так, чтобы было что вспомнить...



10.03.23
Вторая лига
«Ессентуки» «Динамо» Ставрополь 0:4
Гостевой сектор!

Рисунок 13. Примеры фотографии из категории «коллективные» у субкультуры «Пацанское»

Если во втором случае сокрытие лица можно связать с деструктивным поведением представителей субкультур (драки, хулиганства), то в первом случае стремление к поиску новых знакомств и сокрытие собственной личности вступает в противоречие.

Количественно отличаются также категории «творчество» (включает рисунки, графику и рукоделие у субкультуры «Аниме», а также граффити у субкультуры «Пацанское») и «интересы» (включает онлайн-игры у «Аниме» и автомобили, спорт, девушек у «пацанского» течения).

Подсчет гендерных категорий позволил выявить значимое преобладание изображений мужчин в записях на стене «пацанских» сообществ и изображений женщин в сообществах субкультуры «Аниме»

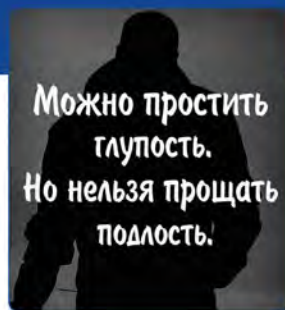
($\chi^2=90,006$; $p<0,001$)

Категория интересов в большей степени выражена у «пацанских» субкультур, а категория творчества – у направления «Аниме»

($\chi^2=73,409$; $p<0,001$)



Даже железному терпению
приходит конец.
И даже самые сильные
чувства умирают от вранья
и безразличия.



Можно простить
глупость.
Но нельзя прощать
подлость!

Рисунок 14. Пример фотографии из «Пацанского» сообщества, содержащей текст.

Маскулинность/феминность

Две обозначенные выше категории медиаконтента позволяют интерпретировать «пацанские» субкультуры как более маскулинные, а «Аниме»-субкультуры как более феминные.

Кроме того, было выявлено, что сетевые сообщества «пацанского» течения включают значимо более высокое количество изображений с текстом (жизненная философия, цитаты), чем сетевые сообщества субкультуры «Аниме»

($\chi^2=136,428$; $p<0,001$)



У пацанских субкультур сильнее выражен идеологический аспект

Данное наблюдение отражает более выраженный идеологический аспект у пацанских субкультур: т.е. присутствует стремление даже через медиаконтент транслировать значения, дополнять образы понятиями.

Помимо полярных категорий, среди медиаконтента обоих субкультурных течений представлены также категории, близкие по распределению: символика (эмблемы Редана у «Аниме»; волки, тигры, эмблемы футбольных команд у «пацанских» субкультур), развлекательный контент (фильмы, анимационные фильмы, музыка), вредные привычки (курение, алкоголь, ПАВ).



13.06.23
Пока, молоды живите так, чтобы было что вспомнить...



онки спавится [с]
Полиция Санкт-Петербурга опасается массовых драк перед матчем «Зенита» против «Анжи». Фанаты питерского клуба готовят что-то серьезное. Лидер объединения болельщиков «Дикая Дивизия» уже написал заявления в полицию. «Мы планируем опубликовать номера «горячей линии» на своём гостевом сайте, и собирать информацию об инцидентах. Будут и видеосъёмка, и фотографии», – сообщил Газнев. – Нам пообещали что хулиганы будут наказаны, но известно что слова часто расходятся с делом.



ОБСУЖДЕНИЕ

СЕМАНТИКА ТЕКСТА

Гипотеза о существовании контраста в семантических категориях текстового контента, транслируемого в социальных сетях, находит подтверждение по категориям **идеологии, выраженности социальной перцепции или интеракции, эмоциональных высказываний, активности участников субкультур:**



Для субкультур направления «Аниме» характерно **отсутствие выраженной идеологии**, увеличение слов, отражающих негативные и позитивные оценки по отношению к контенту или собеседникам, наличие категории социальной перцепции (визуальное восприятие и эмоциональная оценка личностей и групп) про отсутствии категории интеракции (кооперация, согласие с собеседником), большая онлайн-активность и меньшая офлайн-активность по сравнению с «оппонентской» субкультурой.



Субкультуры направления «Пацанское» через ключевые слова транслируют **выраженную идеологию** (объединённую философию), единодушие и согласие с собеседником, меньшую выраженность оценочных категорий и большую выраженность категорий физической активности по сравнению с течением «Аниме».

Рисунок 15. Пример фотографии из категории «символика» у субкультуры «Пацанское»

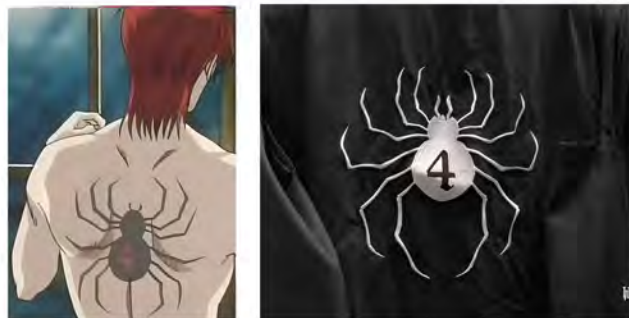


Рисунок 16. Пример фотографии из категории «символика» у субкультуры «Аниме»

МЕДИАКОНТЕНТ

При анализе медиаконтента также наблюдается тенденция к поляризации субкультур:



У субкультуры «Аниме» количественно преобладают изображения отдельных персон на фотографиях (категория «индивидуальные»), которые направлены на демонстрацию внешнего образа; фотографии женщин, категория «творчество» и фотографии без текста.



Медиаконтент из сообществ субкультур «Пацанское» включает значимо больше изображений из категорий «коллективные» (группа персон на фотографии), «интересы», фотографии мужчин и фотографии с текстом. персон на фотографиях (категория «индивидуальные»), которые направлены на демонстрацию внешнего образа; фотографии женщин, категория «творчество» и фотографии без текста.

ОСОБЕННОСТИ СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

На основе полученных результатов контент-анализа ключевых слов, сравнения медиан рангов и анализа изображений из сетевых сообществ мы можем видеть, что поляриность субкультур и их возможный конфликт связаны со следующими особенностями, проявляющимися в сетевой коммуникации.



РАЗНЫЕ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛИЗАЦИИ 01

Рассматриваемые субкультуры направленные «Аниме» и «Пацанское» направлены на разные стратегии социализации: участники первой субкультуры идут по пути индивидуализации через развитие имиджа, внешнего образа (выраженные количественно и по приоритетности ранга

категории социальной перцепции, позитивных и негативных оценочных высказываний; преобладание индивидуальных фотографий).

Тогда как участники субкультур течения «Пацанское» идут по пути большей социализации и большей включенности в группы (категории социальной идентичности по комментариям и записям на стене у данной субкультуры представлены шире, а также количественно преобладает категория социальной интеракции, отражающая согласие между участниками группы.

В медиаконтенте представлено значительное количество групповых фотографий). Таким образом между группами создается поляриность. Э. Фромм⁴⁵, а также А. Тэшфел⁴⁶ и Дж. Тернер выделяли два полюса, между которыми балансирует личность, осуществляя социализацию: полюс индивидуальности и полюс социальности⁴⁷, т.е. поддержания связи с окружающим миром путем самоотжествления с какими-либо идеями, ценностями, социальными стандартами.

При этом согласно классическому эксперименту С. Московиси (1969) более сплоченная и единомышленная группа, проявляющая согласие между участниками, способна оказывать большее социальное воздействие на другие группы⁴⁸. Ощущение собственной силы участниками субкультуры может провоцировать на инициирование конфликта с другими группами.

ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ К ГРУППЕ 02

Большая дифференцированность категорий социальной идентичности у «пацанских» субкультур (от частных указаний на фанатские сообщества до генерализованных категорий «русские», «наших») указывает на осознание принадлежности к группе и выраженности когнитивных процессов социальной категоризации,

социальной идентификации и социальной дифференциации (сравнения) (А. Тэшфел, Дж. Тернер). По теории А. Тэшфела и Дж. Тернера на основе данных процессов можно предположить потенциальное развитие когнитивного процесса межгрупповой дискриминации и конфликтного поведения⁴⁹ (однако, развитие данной установки и формы поведения происходит не всегда).

⁴⁵ Фромм Э. Эгоизм и социальная структура. - М.: Рентгеноиздат, 1965. - 127 с.

⁴⁶ Тэшфел А. Социальная идентичность. - Москва: Институт, 2002. - 250 с.

⁴⁷ Фромм Э. Вступая от разума. - Чтение лекций. - М.: АСТ, 2016. - 311 с.

⁴⁸ Московиц С. Социальная идентичность. - Москва: Институт, 2002. - 250 с.

⁴⁹ Бергер Дж., Канет Х. The individualization of society. - New York: Basic Books, 1966. - 304 с.

МЕЖГРУППОВОЙ КОНФЛИКТ 03

Согласно минимальной групповой парадигме (Дж. Тернер) одного факта осознания принадлежности к группе достаточно для того, чтобы запустить процесс межгруппового конфликта. У **обоих групп мы видим выраженную социальную идентичность**: у субкультур направления «Пацанское» данная категория широка (т.е. ключевых слов, входящих в эту категорию, много в записях на стене и комментариях), а у субкультур течения «Аниме» слова, относящиеся к данной категории, имеют приоритетные ранги – являются первыми из всего ряда ключевых слов.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ 04

Однако кроме групповой принадлежности, основаниями межгруппового конфликта могут являться индивидуальные предпосылки (Т. Адорно), агрессивная потребность (В. Мак-Дугалл), идеологические различия и подчинение разному своду правил (Г. Олпорт, Р. Фишер, М. Дойч), стремление утвердить социальное влияние и «показать силу» (Р. Фишер)¹⁰.

У рассматриваемых субкультур мы зафиксировали различие идеологии и психологических особенностей

Пацанские субкультуры продвигают определенную жизненную мораль и формируют свод обыденных понятий, правил и норм, которым в их представлении должно соответствовать социальное поведение. У субкультур течения «Аниме» подобная идеология не представлена, в основе их идеологии наблюдается тенденция к имморализму, (пересмотр моральных и религиозных категорий) и отказу от специфической идеологии, характерная для некоторых субкультур (например, для декадентов, готов): в ключевых словах из комментариев присутствуют высказывания об оскорблении религии, категории идеологии в целом скудна. Таким образом, один из контрастов между рассматриваемыми субкультурами заключается в столкновении жесткой морали и имморализма.

Контраст субкультур заключается в столкновении жесткой морали и имморализма

С психологической точки зрения данные субкультуры различаются как ориентированные на понятия, когниции (выраженность категоризации социальных групп, идеологии и социальной интеракции (согласия) в текстовом контенте и подписи к медиаконтенту у направления «Пацанское») и впечатления, эмоции (выраженность оценочных категорий и социальной перцепции у «Аниме», акцент на изображении в отсутствие сопровождающего текста).

ФЕМИННОСТЬ И МАСКУЛИННОСТЬ 05

Мы также увидели различие в аспекте **феминности / маскулинности** субкультур: в текстовом контенте направления «Аниме» гендерные категории распределены поровну, в то время как в текстовом контенте направления «Пацанское» отсутствуют упоминания девушек и преобладают мужские категории; в «пацанских» сообществах фотографии мужчин значимо преобладают над фотографиями женщин, а в сообществах направления «Аниме»



наблюдается противоположная тенденция. Кроме того, медиаконтент показывает, что для «Аниме» значимой оказывается тема творчества и эстетики, а для представителей «пацанских» субкультур – тема «мужских» интересов (автомобили, спорт, девушки). Таким образом, субкультуры направления «Пацанское» видятся нам более маскулинными, чем «Аниме». Маскулинности свойственны такие черты как стремление показать влияние и силу (физическая активность участников пацанских и околофутбольных сообществ преобладает над реальной офлайн активностью участников сообществ направления «Аниме»). Большая феминность субкультур «Аниме» выражается в том числе в усилении индивидуализации, стремлении отличаться от массы, экспериментировании с внешним образом (фурри, дрейн, Редан, косплеи), что может служить одной из причин травли по отношению к ним: часто травле подвергаются именно персоны с нетривиальным имиджем и мировоззрением, феминизированные мужчины.

¹⁰ См. J. Turner, R. H. Asch, «The Psychology of Social Interaction», 1974, стр. 100-101.



ВЫВОДЫ

3

афиксированы различия между субкультурными течениями «Аниме» и «Пацанское» в социальных установках и особенностях сетевой коммуникации на основе анализа ключевых слов из комментариев и записей на стене в сообществах данных течений.

01

Предпочитают онлайн-активность.

02

Транслируют важность оценки себя и других в аспекте внешнего образа и вызываемых этим образом эмоций.

03

Показывают отсутствие специфической идеологии в контенте сообщений и комментариев, возможную установку на имморализм.

04

Следуют тенденции к социализации через полюс «индивидуальности».



01

Транслируют единодушие и согласие, тем самым позволяя предположить о сплоченности данных групп.

02

Имеют выраженную социальную идентичность.

03

Имеют выраженную идеологию, основанную на выработанной субкультурой морали и правилах.

04

Предпочитают офлайн-активность.



ОСНОВАНИЯМИ КОНФЛИКТА МЕЖДУ ДАННЫМИ СУБКУЛЬТУРАМИ МОГУТ ЯВЛЯТЬСЯ:

- Полярность направлений социализации (индивидуализация у «Аниме» и вовлеченность в группы у «пацанских» субкультур);
- Дифференцированность категорий социальной идентичности;
- У «пацанских» субкультур – сформированное представление о «своих» и «чужих», а также приоритетность категорий идентичности у направления «Аниме»;
- Различие идеологии и правил субкультур;
- Различие психологических особенностей субкультурных течений;
- Пацанские субкультуры более идеологические, в то время как субкультуры «Аниме» более эмоциональные;
- Маскулинность субкультур «пацанского» направления и большая феминность субкультур направления «Аниме»;
- Стремление представителей субкультур «Аниме» выделиться из массы и стремление субкультур направления «Пацанское» навязать оппонентам свое представление о нормативности и правилах путем применения силы и влияния.



РЕКОМЕНДАЦИИ

к практическому приложению результатов исследования

В нашем исследовании выделены основания конфликта которые могут являться универсальными для более широкого ряда субкультур.

Можно предположить, что различия идеологии (ее жесткость у одних субкультур и диффузность у других субкультур), правил и норм социального поведения, психологических особенностей (ориентированность на эмоции или на понятия), феминности/маскулинности субкультур, а также особенности стратегий их социализации и пути достижения индивидуальности будут являться факторами конфликтных взаимодействий между субкультурами условных «агрессоров» и «жертв».

При этом осознаваемая принадлежность к субкультуре и выраженность когнитивных процессов социальной категоризации, идентификации, дифференциации у ее участников выступают в качестве базовых предпосылок возникновения межгруппового конфликта.



СНИЖЕНИЮ МЕЖГРУППОВЫХ КОНФЛИКТОВ СУБКУЛЬТУР СПОСОБСТВУЕТ:

Оценка вероятности возможного конфликта

Оценка вероятности возможного конфликта между сообществами, для которой рекомендуется использовать модель «калейдоскопа» субкультур, а также анализировать указанные выше аспекты психологии субкультур в онлайн-среде – идеологию, транслируемые правила и нормы, феминность/маскулинность образа.

Подача информации о субкультурах в СМИ

Подача информации о субкультурах в средствах массовой коммуникации без искажения, высмеивания и приписывания нейтральным субкультурам деструктивности – большая осведомленность о представителях другой группы снижает количество негативных стереотипов о ней.

Оценка конфликтного потенциала

Оценка конфликтного потенциала субкультуры на основе выявления степени ее сплоченности (согласия между участниками) и факта наличия жесткой идеологии, что также возможно отследить в сетевом пространстве.

Выстраивание позитивного взаимодействия

Выстраивание позитивного взаимодействия между представителями различных субкультур на основе введения правил и норм в сетевых сообществах (модерирование), указания на существование общих целей и ценностей, в отношении которых субкультуры не поляризуются.

СПОСОБАМИ ВЫСТРАИВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МОГУТ БЫТЬ:

Введение в идеологию субкультур надгрупповых категорий

Введение в идеологию субкультур надгрупповых категорий социальной идентичности путем формирования соответствующего дискурса о субкультурах в СМИ и Интернете самими представителями субкультур, психологами или журналистами, рассказывающими о них (например, важно указывать на то, что участники и субкультуры «агрессоров», и субкультуры «жертв» относятся к гражданам одной страны, к одному поколению и т.д.; т.о. формируется представление о существовании общей группы принадлежности и снижается межгрупповой конфликт).

Введение в идеологию субкультур перекрёстных категорий

Введение в идеологию субкультур перекрёстных категорий социальной идентичности через формирование списка связанных сообществ, посредством сетевой активности в группах (например, представители обоих течений могут быть фанатами определенных фильмов, сериалов, спортсменов, спортивных команд и видов спорта в силу поколенческой специфики).

Смещение фокуса с иллюзорного на подлинный

Смещение фокуса конфликта с иллюзорного (между субкультурами в силу сконструированной ими идеологии и правил) на подлинный (например, и представители «пацанских» субкультур, и представители субкультуры «аниме» не одобряют насилие над животными, детьми и т.д.).





ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Субкультура как один из факторов социализации молодежи является противоречивым институтом, формирующий сознание поколений как негативно, так и позитивно. С негативной точки зрения молодежь под влиянием или по собственному у желанию склонна выполнять действия, оставляющие негативный отпечаток не только в жизни представителя субкультуры, но и в жизни людей, не имеющих отношения к движению. С позитивной точки зрения каждый участник способен раскрыть свой творческий потенциал через субкультуру.

Существует риск, что молодежь способна радикализироваться демонстрируя протест и агрессию

Однако существует риск, что молодежь в погоне за самоопределением и стремлением выделиться из «серой массы» способна радикализироваться, демонстрируя протест и агрессию. В современном обществе существует множество молодежных движений, которые зачастую имеют тенденцию конфликтовать между собой. Подобное приводит к возникновению периодичности в вопросе проявления агрессии в отношении сторонника или группы противоположного течения. Находясь в уязвимом положении в силу психологических и физических возможностей, некоторые субкультурные течения могут оказаться объектом насилия со стороны более сильных и радикальных движений ввиду различий в идеологии, интересах или во внешнем виде. Зачастую агрессия

со стороны более сильных является ничем иным, как демонстрацией силы среди «своих» с целью повышения своего авторитета в глазах сторонников.

Активное развитие сети Интернет позволило субкультурам получить расширенные возможности по распространению своих идей

В контексте активного развития Интернет-пространства в целом и социальных сетей в частности субкультуры получили расширенные возможности по распространению идей каждого течения посредством создания сообществ в виртуальном пространстве. Несмотря на это, для молодежи становится все труднее определить собственную индивидуальность ввиду наличия огромного количества субкультур, движений и течений, которым на сегодня характерна новизна, эфемерность, динамизм.

ГЛАВНЫЕ ФАКТОРЫ ПОЯВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СУБКУЛЬТУР

Главными факторами, влияющими на процесс появления и развития различных субкультур, являются **социально-психологические условия**:

Переходный возраст	Семейные кризисы	Конфликтная среда
Условия жизни	Научно-технический прогресс	Благосостояние
Полнота семьи	Социальные ограничения	Социальное окружение сверстников

КЛАССИФИКАЦИЯ СУБКУЛЬТУР

Необходимо понимать, что субкультурные движения не поддаются четкой классификации по конкретной категории. Так или иначе каждое из течений вбирает в себя качества нескольких отдельных категорий, которые и формируют целостное представление.



Дерево субкультур

Тем не менее в исследовании указано дерево субкультур и их классификация по поколениям, где указываются наиболее известные, популярные и новые субкультуры по категориям, составляющим основу зарождения конкретного движения.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 **Аверкин М.Г., Матвеев Ю.С.** Роль клубных субкультур в формировании пространства молодежных коммуникаций // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2007. № 4. С. 203-209.
- 2 **Андреева Г.М.** Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2001.
- 3 **Андросов А.А.** О специфике современной субкультуры молодежи / Финансово-экономический институт Северо-Восточного Федерального университета им. М.К. Аммосова, г. Якутск / Культура. Духовность. Общество. 2014. № 15. С. 159-164.
- 4 **Бабаева Т.Б.** Конфликты поколений в «готической» субкультуре России 1990-2000-х годов // Вопросы культурологии. 2015. № 3. С. 97-101.
- 5 **Бахтина И.Л., Кобыльсков Н.А.** AVE – криминальная молодежная субкультура: сущность и факторы распространения // Стратегические ориентиры современного образования: сборник научных статей. 2020. С. 20-23.
- 6 **Белашова М.О.** Подростковые субкультуры в современной России: эмпирический анализ // Вестник Ставропольского государственного университета. 2011. № 5-1. С. 177-183.
- 7 **Белокопытова Е.И.** Структура молодежной субкультуры // Аналитика культурологии. 2005. № 2 (4). С. 9-14.
- 8 **Белюсова Г.А.** Городская субкультура как категория современной социологии // Наука. Инновации. Технологии. 2007. С. 214-219.
- 9 **Беляева К.А.** Молодежные субкультуры: социально-философский феномен // Вестник Таганрогского государственного педагогического института. 2010. № 2. С. 12-17.

- 10 **Большунова Н.Я., Устинова О.А.** Детский конфликт: причины, последствия и возможности разрешения в контексте детской субкультуры // Сибирский педагогический журнал. 2017. № 6. С. 115–123.
- 11 **Борисенко Л.А.** Slang as a subcultural language marker / В сборнике: Развитие инноваций и инновационное развитие науки и общества. Сборник материалов Всероссийской научно-методической конференции. 2020. С. 25–26.
- 12 **Брагина А.Р., Гурьева А.А.** Криминальная субкультура как разновидность молодежной субкультуры / В сборнике: Молодежные субкультуры в современной России. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2021. С. 130–137.
- 13 **Брылев А.Ю.** Роль неформальных молодежных организаций в жизни общества // Таврический научный обозреватель. 2016. № 5–1 (10). С. 39–45.
- 14 **Бугаенко Ю.Ю.** Факторы, детерминирующие молодежные девиации // Общество: политика, экономика, право. 2009. № 1–2. С. 80–88.
- 15 **Веселова М.И.** Феномен субкультуры в современном мире // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2017. № 1 (14). С. 116–117.
- 16 **Верховный Суд РФ** признал М.К.У* террористической организацией // Комсомольская правда. URL: Верховный Суд РФ признал М.К.У* террористической организацией – KP.RU
- 17 **Владимиров И.А.** Гик-культура как новый молодежный социокультурный феномен современного российского общества // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2019. Т. 9. № 3 (39). С. 114–118.
- 18 **Вольф Д.А.** Классификация молодежных субкультур на основе принципа DIY // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014. № 5–1 (43). С. 69–72.
- 19 **Воронова А.В.** Основные теоретические подходы к исследованию феномена молодежных субкультур // Современные исследования социальных проблем. 2012. № 6(14). С. 1 – 11.
- 20 **Габдуллина А.Х.** Язык и субкультура аниме в контексте глобализации // Челябинский гуманитарий. 2012. № 1 (18). С. 34 – 37.
- 21 **Гирц К.** Влияние концепции культуры на концепцию человека // Антология исследований культуры. – СПб., 1997. – 728 с.
- 22 **Глебова Е.А., Баталин С.В.** Обзор современных молодежных субкультур в эпоху медийной глобализации // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2018. Т. 9. № 6–1. С. 36–47.
- 23 **Глушкова В.Д.** Молодежная субкультура. формальные молодежные формирования в России / В сборнике: Бизнес, общество и молодежь: идеи преобразований. Материалы XI Всероссийской студенческой научной конференции. Саратов, 2022. С. 67–73.
- 24 **Голобоков А.С.** Молодежные субкультуры: учебное пособие. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2016. – 96 с.
- 25 **Громов В.Г.** Криминальная субкультура: грани конфликта // Конфликты в современном мире: международное, государственное и межличностное измерение. Материалы V Международной научной конференции. Ученый совет факультета психолого-педагогического и специального образования Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского; ответственные редакторы: Ю. О. Бронникова, Л. В. Мясникова, Т. Г. Фирсовой. 2016. С. 88–92.
- 26 **Гуляева Т.В.** Типы и виды современных молодежных организаций // Научные труды Дальрыбвтуза. 2008. № 20. С. 405–412.
- 27 **Денисова А.** Семантика субкультуры «Аниме» // Аналитика культурологии. 2009. № 2 (14). С. 120–122.
- 28 **Дейч Б.А.** Молодежная субкультура как научное понятие и социальное явление // Вестник Курганского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2006. № 7. С. 205–206.
- 29 **Демографические изменения [Электронный ресурс]** // Официальный сайт. ООН. URL: <https://www.un.org/ru/un75/shifting-demographics> (дата обращения: 5.07.2023)
- 30 **Евсюкова А.** Молодежные субкультуры и их влияние на российское общество // Территория науки. 2013. № 4. С. 6–12.

- 31 **Еремина А.Г.** Молодежная субкультура и сложности социализации // Эксперимент и инновации в школе. 2011. № 6. С. 9-13.
- 32 **Жаркова М.А.** Концепция субтоков в рамках постсубкультурного подхода к изучению молодежных субкультур // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2012. № 3 (27). С. 42-45.
- 33 **Жаркова М.А.** Типологизация молодежных субкультур в рамках постмодернистского анализа молодежных субтоков в российском обществе // Вестник Казанского технологического университета. 2012. Т. 15. № 8. С. 380-384.
- 34 **Жаркова М.А., Максимова О.А.** Молодежные (пост)субкультуры в контексте становления постмодернистского и информационного общества // Вестник экономики, права и социологии. 2012. № 3. С. 257-261.
- 35 **Зайцева И.А.** Субкультура как один из параметров переходного сознания // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2007. № 1. С. 87-91.
- 36 **Зубок Ю.А.** Конфликты // Энциклопедия гуманитарных наук. 2005. № 2. с. 179-182.
- 37 **Иванова Т.Н.** Субкультура как альтернативная форма социализации личности // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2015. № 1 (10). С. 78-81.
- 38 **Ильгова Е. В., Аничкин С. А.** Методическое пособие по профилактике вовлечения обучающихся в деструктивные субкультуры. – Саратов: КУБиК, 2022. – 100 с.
- 39 **Киреева И., Сорокина А.** Молодежные субкультуры в современной России // Бюллетень медицинских интернет-конференций. 2017. Т. 7. № 1. С. 153.
- 40 **Клячкина Н. Л., Пачолина Е. Н.** Молодежная субкультура и девиантное поведение молодежи: асоциальные молодежные группировки // Вестник Самарского юридического института. 2016. № 2 (20). С. 109-114.
- 41 **Князева Л.В.** Наркотическая субкультура как элемент молодежной субкультуры // Российский научный журнал. 2012. № 2 (27). С. 239-246.
- 42 **Кожелупенко Т.М.** Рэп как язык конфликта в субкультуре хип-хопа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2008. № 4. С. 83-89.
- 43 **Колесникова С.С.** Виды молодежной субкультуры, преобладающие в современной молодежной среде // Вестник Кемеровского государственного университета. 2008. № 1 (33). С. 65-69.
- 44 **Корчагин И.С., Митина И.Д.** Молодежная субкультура современной России в контексте других субкультур / В сборнике: Человек, культура, образование. сборник трудов участников XVI Всероссийской научно-практической конференции. под ред. д.л.н., проф. С. Н. Митина., 2022. С. 126-132.
- 45 **Косов В.В., Царахова Н.В.** Криминальная субкультура как феномен современного российского социума // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2016. № 4 (189). С. 147-150.
- 46 **Кучукян А.В.** Роль виртуальных сетевых сообществ в распространении деструктивных молодежных субкультур // Общество: социология, психология, педагогика. 2017. № 3. С. 28-31.
- 47 **Левада Ю.А.** Заметки о «проблеме поколений» [Электронный ресурс] // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2002. № 2 (58). С. 9-11. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/18972243/> (дата обращения: 17.11.2022)
- 48 **Левашова Е.Л.** Типологизация молодежных субкультур в современном российском обществе // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2012. № 150. С. 147-152.
- 49 **Левикова С.И.** Молодежные субкультуры и объединения. – М.: ФАИР Пресс, 2004. – 607 с.
- 50 **Логвинов И.Н., Сарычев С.В., Логвинова М.И., Логвинова Т.И.** Социально-психологические подходы к изучению молодежных субкультур в России // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2014. № 2 (30). С. 191-200.
- 51 **Ломакина М.И., Ефанова Л.Г.** О терминах "молодежный жаргон", "молодежный сленг" и "язык молодежной субкультуры" / В сборнике: Наука и образование. Материалы конференции. В 5 томах. Томский государственный педагогический университет. 2003. С. 178-182.

- 52 **Лучинкина А.Л.** Самоорганизация молодежи в советский и постсоветский периоды в протестные молодежные субкультуры: сравнительный анализ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2013. № 2 (114). С. 99-107.
- 53 **Мазонов А.И., Касаткина Е.В.** Молодежные субкультуры в контексте других российских субкультур / В сборнике: Массовые коммуникации на современном этапе развития мировой цивилизации. Материалы Всероссийской научной конференции с международным участием. Гуманитарно-социальный институт. 2015. С. 215-218.
- 54 **Мальцева Д.А., Гурьева А.А.** Влияние неформальных молодежных движений на психику подростков / В сборнике: Молодежные субкультуры в современной России. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2021. С. 165-173.
- 55 **Мансурова З.Л.** Субкультуры в молодежной среде // Общество, право, государственность: ретроспектива и перспектива. 2021. С. 70-73
- 56 **Марущенко Ю. П.** Молодежная субкультура: определение понятия / XIV Международная конференция «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 17-18 марта 2011 г., Екатеринбург. – Ч. 1. – Екатеринбург: УрГУ, 2011. – С. 615-620.
- 57 **Марцинковская Т.Д.** Субкультура подростков как фактор формирования групповой и личностной идентичности / НИР: грант № 11-06-00261. Российский гуманитарный научный фонд. 2011.
- 58 **Марцинковская Т.Д., Чумичева И.В.** Проблема социализации подростков в современном мультикультурном пространстве [Электронный ресурс] // Психологические исследования. 2015. № 8(39).
- 59 **Махнадалиева Х.С.** Субкультура как способ творческой самореализации молодежи / В сборнике: Инновационный потенциал молодежи: культура, духовность и нравственность. Материалы Международной молодежной научно-исследовательской конференции. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. 2019. С. 237-243.
- 60 **Мид М.** Культура и мир детства. – М: Директ-Медиа, 2007. – 878 с.
- 61 **Михайлов А.П.** Культурная маргинальность как фактор развития преступного поведения молодежи // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2015. № 3 (163). С. 150-154.
- 62 **Михайлов А.П., Подпорин И.В.** Субкультурное многообразие как фактор рискогенности в среде современной российской молодежи // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2017. № 3 (204). С. 113-123.
- 63 **Михайлов А.П.** Социокультурные аспекты криминологического анализа девиантности несовершеннолетних // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2010. № 2. С. 132-137.
- 64 **Михайлюк А.Н.** Система жизненных ценностей и особенности смыслозизненных ориентации молодежи // Российский психологический журнал. 2011. Т. 8. № 3. С. 74-80.
- 65 **Мошенко Л.В.** Исследования молодежной субкультуры: аксиологический аспект // Вестник Оренбургского государственного университета. 2011. № 2 (121). С. 236-242.
- 66 **Омельченко Е. Л.** Молодежные культуры и субкультуры. – М.: Институт социологии РАН. 2000. – 261 с.
- 67 **Павлова А.Ю.** Региональные особенности мировоззренческих субкультур (на примере готической субкультуры) / В сборнике: Социокультурные аспекты развития регионов. Редколлегия: Л. Б. Зубанова, Г. И. Ладощина, С. Б. Синецкий, Н. В. Игнатьева. 2010. С. 223-225.
- 68 **Павлова А.Ю., Сколова Н.В.** Театральность и субкультурность в актуальных субкультурных практиках // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2016. № 1 (45). С. 119-124.
- 69 **Павлова А.Ю.** Post-subcultural: проблема субкультурного героя // Вестник культуры и искусств. 2018. № 4 (56). С. 110-115.
- 70 **Песков А. Е., Клемина Е. А.** Основы культурологии: теоретический курс: учебное пособие. – Волгоград: ВолгАСУ, 2014. – 67 с.

- 71 **Подольский В.В., Масеев С.В.** Субкультурные трансформации как фактор формирования отклоняющегося поведения в молодежной среде // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2016. № 4 (189). С. 175-178.
- 72 **Поляков Д.В.** Понятие и функции криминальной субкультуры, отличие ее от других субкультур / В сборнике: Актуальные проблемы публичного права. Сборник научных трудов. В 2-х томах. Редакция: О.Н. Дядкин (пред.), А.И. Сморгков, А.И. Неряхин. 2015. С. 296-299.
- 73 **Радаев В. В.** Миллениалы: как меняется российское общество. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2019. – 224 с.
- 74 **Радаев В.В.** Раскол поколения миллениалов: историческое и эмпирическое обоснование. (Первая часть) // Социологический журнал. 2020. Том 26. № 3.
- 75 **Россо Е.В.** Ценностные ориентации молодежных субкультур в современной России в начале XXI века (на примере субкультуры хип-хопа и субкультуры граффити) / В сборнике: World science: problems and innovations. Сборник статей XLIV Международной научно-практической конференции. Пенза, 2020. С. 325-328.
- 76 **Руденкин Д.В., Руденкина А.И.** Интернет в социальной реальности современной российской молодежи: тренды и риски // Juvenis Scientia. 2019. № 1. С. 43-48.
- 77 **Русанова А.А.** Молодежная субкультура как одна из форм социального самоопределения студенческой молодежи // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. № 2. С. 201-205.
- 78 **Садыкова Н.Т.** Современные молодежные субкультуры России (субкультура k-pop/перлы) // Заметки ученого. 2020. № 10. С. 431-436.
- 79 **Саенко М.Ю.** Молодежные субкультуры как фактор формирования ценностной составляющей духовной сферы жизни российского общества // Сибирский научный вестник. 2010. № 2 (2). С. 143-147.
- 80 **Скакун А.С.** Основные подходы к дефиниции понятий «молодежная культура» и «молодежные субкультуры» / Регионоведение. 2014. № 3 (88). С. 164-173.
- 81 **Смелзер Н.** Социология. – М.: Феникс, 1998. – 688 с.
- 82 **Сон Е.К.** Молодежный экстремизм и молодежная субкультура // Альманах современной науки и образования. 2012. № 7. С. 134-135.
- 83 **Сулковская О.В.** Неформальные молодежные субкультуры как способ выражения конфликтности молодежной среды / В сборнике: От идеи - к инновации, материалы XIX Республиканской студенческой научно-практической конференции. Редакционная коллегия: И. Н. Кралевиц (отв. ред.). 2012. С. 65-66.
- 84 **Тернер Дж.** Социальное влияние. – Москва: Питер, 2003. – 256 с.
- 85 **Токарева М. Ю.** Меньшинство как источник социального влияния. // Научный журнал: Вопросы психологии. Психологический словарь, 01.1996. С. 51-54.
- 86 **Тоффлер А.** Шок будущего. –М.: Издательство АСТ, 2002. –557 с.
- 87 **ТikTok обошел «ВКонтакте» по времени пользования сервисом [Электронный ресурс] // РБК. 2021. URL:https://www.rbc.ru/technology_and_media/23/04/2021/608175ab9a7947a6b9ccc00a (дата обращения: 05.07.2023)**
- 88 **ФЗ от 29.12.2010 N 436-ФЗ (ред. от 01.07.2021)** «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». URL: kremlin.ru.
- 89 **Филиппова Н.А.** Виртуальные субкультуры, как способ формирования реальности (на примере субкультуры геймеров, хакеров, косплея) / В сборнике: Научный диалог: Молодой ученый. Сборник научных трудов по материалам XXIV международной научной конференции. 2019. С. 81-83.
- 90 **Фомичев К.А., Шмыков А.А., Руденко Д.С.** Анализ символики молодежных субкультур (на примере молодежных субкультур хиппи, готы) / В сборнике: Становление и развитие новой парадигмы инновационной науки в условиях современного общества. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2018. С. 184-187.

- 91 **Фромм Э.** Анатомия человеческой деструктивности. – М.: Республика, 1994. – 447с.
- 92 **Фромм Э.** Бегство от свободы. Человек для себя. – М.: АСТ, 2006. – 571 с.
- 93 **Хагуров Т.А., Чепелева Л.М.** Социально-психологические причины распространения субкультуры "АУЕ" (невяные факторы актуальной проблемы) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 2. С. 322-339.
- 94 **Хасянов В.Б., Зайцев А.С.** Субкультура аниме как культурно-информационный феномен (на примере деятельности молодежных объединений Иркутской области) // Научный диалог. 2014. № 11 (35). С. 75-88.
- 95 **Хьелл Л., Зиглер Д.** Теории личности. – СПб.: Питер, 2007. – 607 с.
- 96 **Царахова Н.В.** Девииации в субкультуре современной российской молодежи // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия Т: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2015. № 2 (158). С. 233-238.
- 97 **Шибутани Т.** Социальная психология. Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 544 с.
- 98 **Шилова О.М.** Неформальные молодежные объединения в молодежной субкультуре // Научная мысль. 2012. № 4 (8). С. 38-43.
- 99 **Шлак С.В.** Особенности криминальной субкультуры молодежи в современном российском обществе // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2012. № 1-2. С. 76-82.
- 100 **Шумкова Н.В.** Региональный аспект изучения молодежных субкультур // Регионоведение. 2011. № 4 (77). С. 251-258.
- 101 **Щепанская Т.** Субкультуры // Современный городской фольклор. – М.: РГГУ. 2003.С.34 – 85.
- 102 **Эррера Л.М., Прокофьева Ю.В.** Молодежные неформальные движения как часть современного общества // Вестник Поволжской академии государственной службы. 2010. № 3 (24). С. 111-118.
- 103 **Howe N., Strauss W.** Millennials Rising: The Next Great Generation. – NY: Knopf Doubleday Publishing Group, 2009. – 432p.
- 104 **Maly I., Varis P.** The 21st-century hipster: On micro-populations in times of superdiversity // European Journal of Cultural Studies. Volume 19, Issue 6. P. 18.
- 105 **Turner J., Giles H.** The experimental social psychology of intergroup behaviour // Intergroup Behaviour. Oxford, 1981. P. 66–101.
- 106 **UCLA Center for Mental Health in Schools.** About Emo Youth Subculture // University of California, Los Angeles. URL: (<http://smhp.psych.ucla.edu/pdfdocs/youth/emo.pdf> (accessed: 05.07.2023)).



ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Выгрузка ключевых слов и метрик для субкультур «Аниме» и «Пацанское»
(Алгоритм YAKE!)

Ранг	«Аниме»				«Пацанское»			
	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
0	чкв редан	0,00067	fur	0,00056	club	0,00441	сектор хозяев	0,00062
1	редан	0,00175	бесконечного лета	0,00109	вообще	0,00521	сектор	0,00144
2	копслей	0,00408	фурри	0,00117	clubultras	0,00527	вторая лига	0,00192
3	чкв	0,00421	фурри futu	0,00129	жизни	0,00687	фанаты	0,00202
4	вообще	0,00491	fur дружба	0,00153	слова	0,00715	ска ростов	0,00276
5	фурри	0,00671	фурри furcult	0,00153	таких	0,00767	фанатов	0,00286
6	нахуй	0,00761	fur отношения	0,00155	трек	0,01145	победа	0,00308
7	бля	0,01047	furry furcult	0,00192	вроде	0,01181	россии	0,00420
8	редан редан	0,01113	ищу	0,00194	точно	0,01185	хозяев	0,00461
9	аниме	0,01125	дружба fur	0,00201	факт	0,01196	фанаты зенита	0,00471
10	club фурри	0,01222	отношения fur	0,00215	club стиль	0,01301	лига	0,00473
11	иди нахуй	0,01304	furry фурри	0,00229	друзья	0,01310	сектор гостей	0,00481
12	иди	0,01319	fur игры	0,00236	датой парни	0,01356	баннер	0,00569

Ранг	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
13	интересно	0,01337	furcult	0,00246	интересно	0,01363	жизни	0,00616
14	хочу	0,01369	люблю	0,00255	парни	0,01372	первая лига	0,00629
15	фото	0,01419	игры fur	0,00269	щас	0,01425	ростов	0,00695
16	людей	0,01458	fur лис	0,00304	динамо	0,01433	цска	0,00699
17	норм	0,01508	лис fur	0,00304	club пацанские	0,01459	зенита	0,00744
18	знаю	0,01624	ищу друзей	0,00305	какие	0,01502	матч	0,00758
19	club	0,01682	furcultанон	0,00347	друг	0,01522	матча	0,00794
20	могу	0,01860	club	0,00350	знаю	0,01528	брат	0,00817
21	люблю	0,01948	игры	0,00368	ultrasaction	0,01531	гостевой сектор	0,00832
22	похуй	0,02043	лета	0,00417	верно	0,01545	ска	0,00862
23	видео	0,02108	привет	0,00430	правда	0,01690	вторая	0,00865
24	редан нахуй	0,02120	могу	0,00478	цска	0,01789	чемпионат	0,00887
25	удачи	0,02178	futu	0,00507	людей	0,01790	динамо	0,00909
26	религии	0,02185	бесконечного	0,00523	нахуй	0,01812	фанаты цска	0,00910
27	блять	0,02218	найти	0,00524	таких людей	0,01816	ростов сектор	0,00931
28	clubчкв	0,02263	cosplay cosplay	0,00525	вместе	0,01829	дерби	0,00939
29	дрейн	0,02272	фото	0,00586	любовь	0,01832	фото	0,00943
30	образ	0,02317	fur неважно	0,00596	сразу	0,01941	люблю	0,00960
31	чквчкв	0,02346	фестиваль	0,00617	датой	0,01975	никто	0,00987
32	чел	0,02514	друзей	0,00644	думаю	0,02009	лига ска	0,00992

Ранг	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
33	ладно	0,02522	фурри культура	0,00677	пусть	0,02039	акций россии	0,00994
34	делать	0,02557	людей	0,00679	согласен	0,02051	друг	0,01001
35	нравится	0,02565	cosplay	0,00687	ебать	0,02131	спартак	0,01015
36	жду	0,02577	анон	0,00687	футбол	0,02169	друг друга	0,01037
37	ко스플레이 косплей	0,02594	китай	0,00695	бля	0,02179	мин	0,01081
38	редан говно	0,02599	надеюсь	0,00697	правильно	0,02255	москва	0,01096
39	нахуй иди	0,02609	fur гей	0,00712	друг друга	0,02259	команды	0,01119
40	плохо	0,02621	совенке	0,00745	души	0,02291	клуба	0,01123
41	хороший	0,02628	неважно fur	0,00795	ultras	0,02331	человека	0,01147
42	чек вообще	0,02649	потому	0,00804	факт епт	0,02400	людей	0,01152
43	круто	0,02670	персонажи бесконечного	0,00821	друга	0,02507	цскамосква	0,01161
44	пряма	0,02681	гей fur	0,00831	свой	0,02509	матче	0,01190
45	группа	0,02697	крафт	0,00844	сильно	0,02515	фан сектор	0,01197
46	переводится чек	0,02710	игра	0,00863	фильм	0,02528	сектор новороссийска	0,01201
47	нормально	0,02855	ищу людей	0,00877	золотые слова	0,02682	одна	0,01218
48	хороший косплей	0,02872	ищу мальчика	0,00896	фото	0,02687	фанаты анки	0,01234
49	красиво	0,02982	косплееры косплеер	0,00962	спартак	0,02703	мин победа	0,01249
50	точно	0,02993	хочу	0,00972	говорить	0,02836	клуб	0,01273
51	вроде	0,03059	лис	0,01024	респект	0,02859	друзей	0,01307
52	нахуй чек	0,03088	хочу найти	0,01029	треки	0,02859	чемпионат крима	0,01336

Ранг	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
53	дрейндрейн	0,03332	зовут	0,01055	жаль	0,02861	спартак москва	0,01352
54	красивая	0,03414	товарищи пионеры	0,01065	красова	0,02881	нужен	0,01377
55	клуб	0,03456	отношения	0,01123	норм	0,03022	сбг	0,01384
56	получилось	0,03494	надеюсь понравится	0,01124	club rap	0,03042	анки	0,01448
57	думаю	0,03498	косплееры	0,01148	пацанские треки	0,03100	видео	0,01448
58	редан ладно	0,03562	привет зовут	0,01149	пряма	0,03105	моей жизни	0,01466
59	хочу хочу	0,03631	персонаж	0,01161	видел	0,03136	ультрас	0,01476
60	алегонер	0,03655	cosplay косплей	0,01179	видео	0,03144	друзья	0,01501
61	игре редан	0,03749	совенок	0,01184	парни дотой	0,03164	фанатов динамо	0,01552
62	мать	0,03766	torcosplay	0,01193	дело	0,03168	поле	0,01581
63	сын	0,03775	скоро	0,01202	написал	0,03194	фанаты спартака	0,01584
64	нефор	0,03802	fur гетеро	0,01235	пиздец	0,03196	друга	0,01597
65	группа редан	0,03818	жизни	0,01246	триумф	0,03196	лига ротор	0,01632
66	club дрейн	0,03849	пионеры	0,01345	таки	0,03197	мама	0,01646
67	жизни	0,03856	the	0,01381	наверное	0,03204	trueтень	0,01650
68	отличный косплей	0,03935	билет	0,01460	таким	0,03208	проверка	0,01672
69	блин	0,03973	fur новосибирск	0,01464	иди	0,03212	большешки	0,01693
70	стиль	0,04017	жду	0,01531	купить	0,03217	девушка	0,01744
71	видел	0,04045	гетеро fur	0,01544	бро	0,03267	баннер поддержку	0,01751
72	вау	0,04054	косплееры зарубежные	0,01555	анки	0,03381	сердце	0,01756

Ранг	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
73	чкк переводится	0,04066	зарубежные копслеры	0,01555	делать	0,03449	хочу	0,01767
74	годный копслей	0,04100	многие	0,01578	нормально	0,03514	сектор фанаты	0,01780
75	правда	0,04105	иностранные копслеры	0,01579	хуй	0,03529	лига черноморец	0,01806
76	парень	0,04114	вместе	0,01619	ждем	0,03529	парни	0,01868
77	классный	0,04132	мультфильм	0,01643	команда	0,03540	лига кубань	0,01875
78	трек	0,04148	дружба	0,01653	мясо	0,03580	любит	0,01878
79	геней реддан	0,04213	дрейн	0,01704	красно	0,03603	момент	0,01900
80	жизни реддан	0,04215	человека	0,01733	россии	0,03605	места	0,02004
81	людям	0,04299	илайн	0,01740	походу	0,03640	футбола	0,02018
82	хочу копслей	0,04316	нашей	0,01840	вопрос	0,03650	свой	0,02027
83	знаешь	0,04390	интересно	0,01863	самое	0,03651	поддержку акций	0,02042
84	ждем копслей	0,04452	думаю	0,01884	одна	0,03655	the	0,02053
85	venisatano	0,04456	лето	0,01909	хочу	0,03676	главное	0,02079
86	мама	0,04488	сол волга	0,01918	такого	0,03685	любовь	0,02087
87	самая	0,04500	fur художник	0,01959	пацаны	0,03686	московского спартака	0,02088
88	норм копслей	0,04512	главное	0,01982	поэтому	0,03688	пусть	0,02089
89	типа	0,04521	дня	0,01982	должны	0,03693	фото фанаты	0,02105
90	дауны	0,04559	новых друзей	0,01983	епт	0,03701	приятного просмотра	0,02106
91	таких	0,04627	люблю игры	0,01990	истина	0,03708	ростов динамо	0,02145
92	ура	0,04635	свой	0,02001	адин	0,03714	трибуна	0,02206

Ранг	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
93	понимаю	0,04682	друг	0,02002	пах	0,03719	поддержку	0,02268
94	реально	0,04697	можете	0,02036	мама	0,03730	thereal	0,02283
95	редан боже	0,04707	мир	0,02047	тарас	0,03736	нурминский	0,02294
96	олег	0,04712	найти друзей	0,02047	честный	0,03761	говорят	0,02300
97	редан топ	0,04717	фурри лис	0,02047	факт истина	0,04009	кубань	0,02306
98	девушка	0,04717	копслей	0,02050	action	0,04068	первая	0,02319
99	понял	0,04734	fur кролик	0,02072	момент	0,04077	граффити фанатов	0,02341
100	боже	0,04762	кролик fur	0,02072	club южный	0,04090	самых	0,02383
101	звук	0,04771	ищу человека	0,02101	ребята	0,04094	главные жизни	0,02399
102	редан жопу	0,04777	стиле бесконечного	0,02141	типа	0,04204	фан	0,02411
103	вопрос	0,04791	пишите	0,02203	клуб	0,04205	граффити	0,02430
104	работа	0,04799	filmсква	0,02205	семья	0,04235	стадиона	0,02436
105	выглядит	0,04818	музыка	0,02218	стоит	0,04248	среди	0,02441
106	красивый	0,04820	общение	0,02246	скоро	0,04249	выезд	0,02458
107	привет	0,04834	найти	0,02289	драка	0,04255	моей	0,02487
108	арт	0,04841	опрос фурри	0,02322	дома	0,04265	пацаны	0,02504
109	норм вообще	0,04890	рад	0,02339	любви	0,04284	знаешь	0,02504
110	чквблять	0,04934	fur ролевая	0,02355	человека	0,04287	фанатов московского	0,02511
111	круто получилось	0,05133	сделать	0,02367	сказано	0,04290	глаза	0,02517
112	аллах	0,05153	самое	0,02368	согласна	0,04306	слова	0,02522

Ранг	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
113	шляха	0,05291	вообще	0,02397	песня	0,04345	жить	0,02531
114	нравится чкв	0,05318	группы	0,02400	тарас респект	0,04506	фанатов команды	0,02581
115	топ	0,05367	товарищи	0,02511	трек club	0,04623	гостей	0,02584
116	бро	0,05388	фурри люблю	0,02523	партизан партизан	0,04715	часть	0,02603
117	фурри культура	0,05424	пост	0,02535	жизни жизни	0,04751	лига волгарь	0,02617
118	ебать	0,05433	club фурри	0,02568	стиль трибун	0,04757	санкт	0,02656
119	жопу	0,05433	ищу отношения	0,02597	хорошая	0,04796	европы	0,02673
120	самара самара	0,05435	ссылка страна	0,02612	верно сказано	0,04805	клубов	0,02674
121	лично вообще	0,05445	наденью скоро	0,02639	партизан	0,04853	рассказ	0,02682
122	твои	0,05480	новых	0,02647	матч	0,04928	стороны	0,02686
123	редан разные	0,05496	писать	0,02655	видимо	0,04932	realfootball	0,02710
124	написал	0,05504	хочется	0,02659	времена	0,04954	football factories	0,02710
125	клуб терпил	0,05523	возможно	0,02661	кстати	0,04954	города	0,02713
126	ахах	0,05525	Фэндом furcult	0,02662	выше	0,04967	евро	0,02715
127	хотим	0,05533	арт	0,02685	слово	0,04968	минут	0,02729
128	паук	0,05536	добрый	0,02694	написано	0,04991	деньги	0,02744
129	украли дауны	0,05539	ахах	0,02702	никто	0,04993	дома	0,02763
130	редан лучшие	0,05540	хочется найти	0,02718	топ	0,04993	ради	0,02767
131	виде фурри	0,05560	рисунок фурри	0,02777	хуйня	0,05003	равно	0,02769
132	админ	0,05562	музыка фурри	0,02792	должен	0,05029	боль	0,02780

Ранг	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
133	редан рот	0,05570	привет пионер	0,02857	дружба	0,05041	знаю	0,02786
134	девочка	0,05572	нашего	0,02868	смотреть	0,05043	помню	0,02787
135	редан хуйня	0,05574	сердце	0,02877	бред	0,05050	динамо киев	0,02795
136	молодец	0,05636	видео	0,02878	ага	0,05063	рубин ялта	0,02818
137	вид	0,05667	модель	0,02894	тема	0,05084	победа сfg	0,02850
138	хуесос редан	0,05718	фэндом	0,02906	победа	0,05379	ротар	0,02851
139	выше	0,05723	хотелось	0,02910	фанаты	0,05549	чемпионат европы	0,02875
140	похоже	0,05724	какие	0,02913	зенит	0,05703	сектор цска	0,02898
141	отличный	0,05736	новосибирск fur	0,02929	блять	0,05715	девушка должна	0,02900
142	классно	0,05740	знаю	0,02935	футбол club	0,05773	просмотр	0,02931
143	косплей хороший	0,05744	fur волк	0,02939	скорее	0,05798	московского	0,02965
144	кринк	0,05752	поиграть	0,02958	космотрейнс	0,05800	холдинг сектор	0,02975
145	персонажа	0,05787	понравится	0,02958	мяч	0,05816	чайка сектор	0,02983
146	помню	0,05795	самое главное	0,02978	равно	0,05847	торпедо	0,02985
147	чисто редан	0,05796	огромное	0,02997	иди хуй	0,05866	острахань сектор	0,03003
148	таки	0,05804	сол	0,03027	москва	0,05886	виноградный сектор	0,03014
149	понравился	0,05845	решил	0,03040	называется	0,05888	вместе	0,03035
150	музыка	0,05846	фурри фэндом	0,03064	травм	0,05895	чемпионат анапского	0,03038
151	образ вообще	0,05898	смене	0,03119	теме	0,05906	кубка россии	0,03040
152	редан высрал	0,06102	овс	0,03133	цвета	0,05912	черноморец ска	0,03073

Ранг	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
153	абсолютно	0,06130	фурри найти	0,03149	говорят	0,05923	football	0,03088
154	редан шляхи	0,06146	знакомства фурри	0,03159	типа	0,05926	ялта	0,03233
155	редан должен	0,06165	вопросы	0,03173	космо	0,05928	баннер москва	0,03236
156	пиздец	0,06300	давайте	0,03242	парень	0,05936	хозяев поля	0,03258
157	блять нахуй	0,06547	друзья	0,03247	здоровья	0,05961	матч зенита	0,03276
158	потому	0,06659	жду fur	0,03263	название	0,05963	часть серии	0,03302
159	офники	0,06665	внимание	0,03263	правильные слова	0,05976	память	0,03306
160	блять дрейн	0,06670	живу	0,03270	истинные слова	0,05985	локомотив	0,03316
161	редан это	0,06671	увлекаюсь	0,03291	пацанские	0,05997	кубка	0,03325
162	техтопьянь	0,06677	clubcomic	0,03293	понимаю	0,06001	приятного	0,03328
163	своим	0,06685	играю	0,03299	епт факт	0,06001	настоящий	0,03359
164	лоп	0,06721	москваfur	0,03308	истина факт	0,06014	многие	0,03359
165	говно	0,06730	волга	0,03396	наших	0,06014	пару	0,03366
166	лучший	0,06762	найти общение	0,03425	плохо	0,06026	всей	0,03377
167	пошел	0,06764	ищу шуга	0,03437	нах	0,06052	баннер фанаты	0,03388
168	таж	0,06815	последний	0,03466	знает	0,06061	новый	0,03404
169	дело	0,06818	игры ищу	0,03472	час	0,06061	знает	0,03409
170	стрим	0,06818	мальчика	0,03481	каждого	0,06064	бог	0,03412
171	крутой косплеи	0,06821	новый	0,03504	лучший	0,06064	рыл	0,03419
172	самое	0,06854	фест	0,03526	жить	0,06066	потому	0,03426




Ранг	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
173	вижу	0,06855	места	0,03530	брат	0,06070	счастье	0,03426
174	косплей оло	0,06857	fur медведь	0,03533	помню	0,06071	стоит	0,03432
175	косплей лучшего	0,06875	медведь fur	0,03533	бомба	0,06103	одну	0,03459
176	случае	0,06908	взять	0,03536	точно таких	0,06160	спартакска	0,03483
177	одна	0,06913	приятно	0,03558	любовь вообще	0,06202	жур доку-ментальное	0,03485
178	качествен-ный косплей	0,06926	ждет	0,03560	точно сказано	0,06299	factoriesin ternationa	0,03527
179	топ чак	0,06953	октября	0,03568	нашей жизни	0,06423	документаль-ное кино	0,03527
180	прямо	0,06975	моего	0,03568	пусть вообще	0,06518	серии	0,03529
181	писать	0,06983	подписчиков	0,03585	друзья	0,06521	околофут-бола	0,03555
182	тема	0,06995	статья	0,03590	моей жизни	0,06684	черноморец	0,03650
183	абсолютно похуй	0,06996	эпиза	0,03596	цска команда	0,06715	московского цска	0,03651
184	косплей парень	0,07000	прямо	0,03602	русские	0,06754	футбол фанатов	0,03739
185	удачи фурри	0,07040	мире	0,03643	вперед	0,06767	зенита фанаты	0,03764
186	никто	0,07056	взять билет	0,03649	щас таких	0,06770	футбола россии	0,03776
187	скорее	0,07074	furcult привет	0,03712	правильно вообще	0,06772	событий	0,03788
188	автор	0,07080	ссылка	0,03787	цска красно	0,06852	итоге	0,03803
189	аниме интересно	0,07091	страна	0,03797	жизни правда	0,06927	сразу	0,03819
190	ибо	0,07093	фото крутого	0,03806	ждем club	0,06966	рождения	0,03825
191	разные	0,07095	фурсыот фурри	0,03812	поле	0,06989	вчера	0,03831
192	видео	0,07101	новое фото	0,03826	верно таких	0,06991	своим	0,03832




Ранг	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score	Коммент_mid	Коммент_mid_score	Пост_mid	Пост_mid_score
193	такую	0,07106	clubgrayson	0,03828	ростов	0,07005	состав	0,03849
194	человека	0,07109	furcultfury	0,03838	стадион	0,07060	важно	0,03850
195	хотел	0,07125	мая	0,03848	метро	0,07095	навсегда	0,03852
196	кстати	0,07143	фотограф	0,03849	стиль	0,07110	проблемы	0,03855
197	классно получилось	0,07144	мск ищю	0,03853	игра	0,07140	большущки спартака	0,03869
198	образ жизни	0,07148	познак- миться	0,03918	нету	0,07140	постоянно	0,03874
199	звучит	0,07149	пройдет	0,03931	одни	0,07159	твои	0,03876
200	надеюсь	0,07163	наверное	0,03945	трибун	0,07170	говорить	0,03888








ПРИЛОЖЕНИЕ 2



Содержание категорий контент-анализа Комментарии



Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
 Социальная идентичность – в категории представлены слова, отражающие принадлежность к значимым группам	1	чкк редан	3	club ultras
	2	редан	17	динома
	3	косплей	18	club пацанские
	4	чкк	22	ultras action
	6	фурри	25	цска
	9	редан редан	42	ultras
	10	аниме	50	спартак
	11	club фурри	57	club rap
	29	club чкк	58	пацанские треки
	30	дрейн	73	анки
	32	чкк чкк	78	команда
	38	косплей косплей	81	россии
	54	дрейн дрейн	101	club южный
	65	нефор	105	семья




Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	66	группа редан	140	фанаты
	67	club дрейн	141	зенит
	118	фурри культура	143	футбол club
	-	-	162	пацанские
	-	-	166	наших
	-	-	184	цска команда
	-	-	185	русские
	-	-	189	цска красно
	-	-	194	ростов
 Идеология – в категории представлены слова, относящиеся к идеологическим основам субкультур: китайская философия, установки и т.д.	27	религии	4	жизни
	86	veni satano	12	друзья
	113	аллах	20	друг
	-	-	26	людей
	-	-	28	таких людей
	-	-	30	любовь
	-	-	41	души
	-	-	44	друга
	-	-	72	бро
	-	-	90	должны
-	-	97	честный	




Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	-	-	110	любви
	-	-	111	человека
	-	-	118	жизни жизни
	-	-	134	дружба
	-	-	174	брат
	-	-	178	любовь вообще
	-	-	180	нашей жизни
	-	-	182	друзья таких
	-	-	183	моей жизни
	-	-	190	жизни правда
 Эмоциональные высказывания ♦ негативные оценочные высказывания	25	редан нахуй	65	пиздец
	39	редан говно	132	хуйня
	91	дауны	136	бред
	103	редан жопу	167	плохо
	114	шлюха	-	-
	126	клуб терпил	-	-
	130	украли дауны	-	-
	136	редан хуйня	-	-
	139	хуесос редан	-	-


Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	145	кринж	-	-
	153	редан высрал	-	-
	155	редан шлюхи	-	-
	157	пиздец	-	-
	161	блядь дрейн	-	-
	166	говно	-	-
♦ позитивные оценочные высказывания	14	интересно	14	интересно
	18	норм	52	респект
	36	нравится	55	красава
	42	хороший	56	норм
	44	круто	75	нормально
	48	нормально	115	тарас респект
	49	хороший косплей	120	хорошая
	69	отличный косплей	167	плохо
	75	годный косплей	172	лучший
	89	норм косплей	178	любовь вообще
	98	редан топ	-	-
	115	нравится чкв	-	-
	131	редан лучшие	-	-
144	косплей хороший	-	-	

Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	172	крутой косплей	-	-
	176	косплей лучшего	-	-
	179	качественный косплей	-	-
	180	топ чкв	-	-
	186	удачи фурри	-	-
	190	аниме интересно	-	-
	50	красиво	-	-
	55	красивая	-	-
	73	вау	-	-
	150	понравился	-	-
♦ негативные оценки субкультуры (входит в 2.1)	25	редан нахуй	-	-
	39	редан говно	-	-
	103	редан жопу	-	-
	136	редан хуйня	-	-
	139	хуесос редан	-	-
	153	редан высрал	-	-
	155	редан шлюхи	-	-
	161	блядь дрейн	-	-
	49	хороший косплей	-	-
	69	отличный косплей	-	-
♦ позитивные оценки субкультуры (входит в 2.2)				




Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	75	годный косплей	-	-
	89	норм косплей	-	-
	98	редан топ	-	-
	115	нравится чкв	-	-
	131	редан лучшие	-	-
	144	косплей хороший	-	-
	172	крутой косплей	-	-
	176	косплей лучшего	-	-
	179	качественный косплей	-	-
	180	топ чкв	-	-
	186	удачи фурри	-	-
	190	аниме интересно	-	-
❖ обобщенное указание (посылание)	7	нахуй	27	нахуй
	12	иди нахуй	148	иди хуй
	13	иди	168	нах
	40	нахуй иди	-	-
	53	нахуй чкв	-	-
	158	блять нахуй	-	-
❖ выражения безразличия	98	похуй	94	пох
	115	абсолютно похуй	-	-



Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
 Социальная перцепция и интеракция как стороны общения ❖ социальная перцепция – слова, описывающие восприятие образа личностей и групп, а также эмоциональное отношение к ним	12	хочу	-	-
	16	фото	-	-
	22	люблю	-	-
	24	видео	-	-
	31	образ	-	-
	36	нравится	-	-
	50	красиво	-	-
	55	красивая	-	-
	71	стиль	-	-
	106	выглядит	-	-
	109	арт	-	-
	138	вид	-	-
	146	персонажа	-	-
	152	образ вообще	-	-
❖ социальное взаимодействие / интеракция – слова, выражающие согласие или несогласие с собеседником	-	-	10	факт
	-	-	23	верно
	-	-	24	правда
	-	-	29	вместе
	-	-	35	согласен
	-	-	39	правильно



Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	-	-	43	факт епт
	-	-	48	золотые слова
	-	-	92	истина
	-	-	98	факт истина
	-	-	113	согласна
	-	-	121	верно сказано
	-	-	160	правильные слова
	-	-	161	истинные слова
	-	-	164	епт факт
	-	-	165	истина факт
	-	-	179	точно сказано
	-	-	188	правильно вообще
	-	-	190	жизни правда
 Гендерные категории				
◆ упоминание девушки	99	девушка	-	-
	135	девочка	-	-
◆ упоминание парня	77	парень	13	датой парни
	185	костплей парень	15	парни
	-	-	62	парни датой
	-	-	72	бро




Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	-	-	88	пацаны
	-	-	157	парень
	-	-	162	пацанские
	-	-	174	брат





ЗАПИСИ НА СТЕНЕ СООБЩЕСТВА



Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
 Социальная идентичность – слова, отражающие принадлежность к значимым группам	1	fur	1	сектор хозяев
	3	фурри	2	сектор
	4	фурри furry	4	фанаты
	6	фурри furcult	5	ска ростов
	8	furry furcult	6	фанатов
	12	furry фурри	9	хозяев
	14	furcult	10	фанаты зенита
	26	furry	12	сектор гостей
	29	cosplay cosplay	16	ростов
	34	фурри культура	17	цска
	36	cosplay	18	зенита
	50	костплееры костплеер	22	гостевой сектор



Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	58	косплееры	23	ска
	61	cosplay косплеи	26	динамо
	80	дрейн	27	фанаты цска
	127	фандом furcut	28	ростов сектор
	195	furcut furry	36	спартак
-	-	-	40	команды
-	-	-	41	клуба
-	-	-	44	цска москва
-	-	-	46	фан сектор
-	-	-	47	сектор новоросайска
-	-	-	49	фанаты анжи
-	-	-	51	клуб
-	-	-	54	спартак москва
-	-	-	57	анжи
-	-	-	60	ультрас
-	-	-	62	фанатов динамо
-	-	-	64	фанаты спартака
-	-	-	70	болельщики
-	-	-	75	сектор фанаты
-	-	-	88	московского спартака



Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	-	-	90	фото фанаты
	-	-	109	пацаны
	-	-	111	фанатов московского
	-	-	115	фанатов команды
	-	-	116	гостей
	-	-	124	real football
	-	-	125	football factories
	-	-	136	динамо киев
	-	-	137	рубин ялта
	-	-	139	ротар
	-	-	141	сектор цска
	-	-	145	холдинг сектор
	-	-	146	чайка сектор
	-	-	147	торпедо
	-	-	148	астрахань сектор
	-	-	149	виноградный сектор
	-	-	153	черноморец ска
	-	-	154	football
	-	-	157	хозяев поля
	-	-	161	локомотив



Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	-	-	177	спартак цска
	-	-	183	черноморец
	-	-	184	московского цска
	-	-	186	зенита фанаты
	-	-	198	белевщики спартака
 Идеология	-	-	14	жизни
- слова, относящиеся к идеологическим основам субкультур, житейская философия, установки и т.д.	-	-	21	брат
	-	-	35	друг
	-	-	37	друг друга
	-	-	42	человека
	-	-	43	людей
	-	-	52	друзей
	-	-	59	моей жизни
	-	-	61	друзья
	-	-	65	друга
	-	-	79	любит
	-	-	87	любовь
	-	-	102	главное жизни
	-	-	114	жить
	-	-	131	ради

Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	-	-	133	боль
	-	-	171	бог
	-	-	174	счастье
	-	-	197	проблемы
 Активность				
 События /мероприятия (очные)	32	фестиваль	3	вторая лига
	173	фест	7	победа
	-	-	11	лига
	-	-	15	первая лига
	-	-	19	матч
	-	-	20	матча
	-	-	25	чемпионат
	-	-	29	дерби
	-	-	33	лига ска
	-	-	45	матче
	-	-	50	мин победа
	-	-	53	чемпионат крима
	-	-	66	лига ротор
	-	-	76	лига черноморец
	-	-	78	лига кубань

Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	-	-	82	футбола
	-	-	107	выезд
	-	-	118	лига волгарь
	-	-	140	чемпионат европы
	-	-	151	чемпионат анапского
	-	-	152	кубка россии
	-	-	158	матч зенита
	-	-	159	часть серии
	-	-	162	кубка
	-	-	185	футбол фанатов
	-	-	187	футбола росии
	-	-	188	событий
✦ Поиск отношений и общения в сообществе	5	fur дружба	-	-
	7	fur отношения	-	-
	9	ищу	-	-
	10	дружба fur	-	-
	11	отношения fur	-	-
	19	ищу друзей	-	-
	28	найти	-	-
	33	друзей	-	-

Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	40	fur гей	-	-
	45	гей fur	-	-
	48	ищу людей	-	-
	49	ищу мальчика	-	-
	53	хочу найти	-	-
	56	отношения	-	-
	65	fur гетеро	-	-
	72	гетеро fur	-	-
	79	дружба	-	-
	91	новых друзей	-	-
	97	найти друзей	-	-
	102	ищу человека	-	-
	107	общение	-	-
	108	найти человека	-	-
	120	ищу отношения	-	-
	154	фурри найти	-	-
	155	знакомства фурри	-	-
	167	найти общение	-	-
	198	мск ищу	-	-
	199	познакомиться	-	-

Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»	
✦ Онлайн-игры	2	бесконечного лета	-	-	
	13	fig игры	-	-	
	16	игры fig	-	-	
	22	игры	-	-	
	23	лета	-	-	
	27	бесконечного	-	-	
	44	персонажи	-	-	
	47	бесконечного	-	-	
	92	игра	-	-	
	145	люблю игры	-	-	
	164	поиграть	-	-	
	✦ Творчество	88	fig художник	72	баннер поддержку
		128	арт	100	граффити фанатов
132		рисунок фурри	104	граффити	
133		музыка фурри	156	баннер москва	
-		-	168	баннер фанаты	
✦ Активность участников на мероприятиях	-	-	72	баннер поддержку	
	-	-	84	поддержку акций	
	-	-	94	поддержку	
	-	-	100	граффити фанатов	

Категории контент-анализа	Ранг	 Субкультура «Аниме»	Ранг	 Субкультура «Пацанское»
	-	-	104	граффити
	-	-	107	выезд
	-	-	156	баннер москва
	-	-	168	баннер фанаты
	-	-	182	окопфутбала