

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра истории, теории и прикладной социологии

МОЛОДЕЖНЫЕ ТРЕНДЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

(автореферат бакалаврской работы)

студента 4 курса 411 группы
направления 39.03.01 - Социология
социологического факультета
Череваткина Дмитрия Сергеевича

Научный руководитель

доктор исторических наук, профессор _____ А. Д. Крахмалева
подпись, дата

Зав. кафедрой

доктор социологических наук, профессор _____ Д.В. Покатов
подпись, дата

Саратов 2018

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного вопроса и темы в целом, обусловлена тем, что последние несколько лет в молодежном обществе приоритетными являются все более новые и новые молодежные тенденции поведения, и огромное количество подростков и молодых людей более взрослых, становятся носителями данных трендов во первых, из-за каких либо убеждений, во вторых из-за атрибутики и функционально-смысловой нагрузки, только одна часть населения считает данную моду абсолютно нормальной, а другая ее часть либо снисходительно машет руками, либо относится крайне негативно, мотивируя это социальной и умственной деградацией.

В современной России происходит несколько сложный процесс, связанный с модными молодежными тенденциями в социальном аспекте. То есть речь идет не о тенденциях в сфере одежды, стилизации или какой-то модификации своего внешнего вида, как такового, а именно о тех тенденциях и трендах, которые проявляются в поведении молодежи. На сегодняшний день мы имеем большое количество таких трендов.

В данных условиях в молодежной среде интенсивно формируются субкультурные образования, противопоставляющие свои нормы, ценности, модели поведения миру взрослых. Молодёжь во все времена представляла собой неоднородную социальную прослойку, а период перехода к постиндустриальному обществу разделил молодёжь на майнстримную (отражающую ценности доминирующей культуры) и субкультурную (последователей различных субкультурных объединений), чаще всего отличающуюся своеобразными идеологическими постулатами, манерами поведения, формами проведения досуга, стилевыми решениями в одежде и причёске. Выражая таким образом взгляды на жизнь, пытаясь привлечь к себе внимание общества, субкультурная молодёжь с одной стороны формирует новые модели поведения, ценностные ориентиры, социо-

культурные постулаты, с другой стороны вскрывает проблемы, существующие в обществе.

В постсоветский период развития социологической мысли в России проблематика неформальных молодёжных субкультур, их влияния на развитие общества в целом затрагивается в работах В.А. Бабахо, М.К. Горшкова, А.И. Кравченко, А.А. Козлова, В.В.Костюшева, С.Ф. Масленниковой, Т.В.Латышевой.

Объект исследования – модные молодежные тренды.

Предмет исследования – социальный аспект молодежных трендов и особенности их проявления.

Цель исследования – изучить социальные особенности молодежных поведенческих трендов в рамках Российского общества.

В ходе работы, исходя из поставленной цели, необходимо решить следующие задачи.

1. Рассмотреть имеющиеся на текущих реалиях виды и специфику современных трендов молодежи
2. Изучить природу происхождения молодежных трендов.
3. Изучить особенности функционирования молодежных трендов среди молодого поколения

Эмпирическая база представлена:

Результаты авторского исследования, проведенного в апреле 2018 года, среди граждан, проживающих в городе Саратов.

Структура работы. Бакалаврская работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованных источников, приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении данной работы раскрывается актуальность проблемы исследования, выбранной темы авторского исследования. Далее описывается степень ее научной изученности, выбирается объект, предмет, цель и задачи, а также, эмпирическая база.

В рамках первого раздела «Молодежные субкультуры», было раскрыто понятие «субкультура» в контексте молодежного восприятия, его история и происхождение. Также были представлены некоторые виды основополагающих субкультур, к которым так или иначе имели отношение молодые люди в различные годы.

Составляя многообразную, яркую мозаику социокультурного пространства, молодёжные субкультурные образования социализируют подрастающее поколение в рамках тех или иных ценностей, формируют представления об окружающей действительности. Направляя мировоззренческую основу, поведение молодёжи в определённое русло, субкультуры влияют на общественную систему в целом, способствуя принятию определённых постулатов, норм в качестве общепринятых для всех членов общества.

Система взаимоотношений общества и молодежи как особой социально-демографической группы представляет собой диалектическое взаимодействие - общество формирует соответствующий тип молодежи, в то время как последняя во многом определяет тенденцию развития социума, его будущее, обуславливая необходимость разностороннего изучения данного феномена. Нередко молодежные субкультуры возникают как реакция на те или иные социальные явления и процессы, когда молодые люди, находясь в периоде личностного становления, через неформальные объединения высказывают протест против бедности, безработицы, невозможности получить образование, жёстко стратифицированной социальной системы.

Молодежная субкультура – это модели поведения, стили одежды, музыкальные предпочтения, специфические ценности и их символические

выражения, характерные для групп молодых людей. Итак, те самые молодежные субкультуры начали появляться относительно давно, по меньшей мере, со второй половины XX века. В конкретно нашей стране они обратили на себя внимание общества и СМИ в 80-е годы. В то время носителей таких культурных практик обычно называли участниками неформальных молодежных объединений. Также на сленговом языке, сами себя они прозвали «неформалами».

Современные молодёжные субкультуры не являются изолированными образованиями. Несмотря на то что субкультуры, составляющие основные течения в рамках современных молодёжных движений, значительно дифференцированы в идейном и ценностном отношении, их объединяет ряд важнейших характеристик. Т. Щепанская, исследующая российские молодёжные субкультуры с 1990-х гг., отмечает, что неполитические или неформально-политические группировки прямо отрицают наличие у них идеологии, не могут связно изложить её или постулируют идейный плюрализм как основу своей платформы. Поэтому в современном урбанизированном социуме консолидирующим фактором для подобных молодёжных субкультур и движений является не идеология, а особенности жизненного стиля, отличающие людей и атмосферу этого сообщества от всех остальных.

Мы выделили несколько направлений, интегрирующих современные молодёжные субкультуры на следующих основаниях: стилистическая близость и единое семиотическое пространство - общность символики; единая музыкальная сцена; единое коммуникативное пространство, образованное в результате общности объектов инфраструктуры (клубов, магазинов, журналов).

В рамках второго раздела «Сущность, виды и происхождение молодежных трендов в России» были представлены и раскрыты, самые нашумевшие молодежные тренды поведения за последние 3-4 года. На самом

деле, количество и разнообразие таких тенденций зашкаливает, однако все они растут из различных сфер человеческой деятельности. В данном случае мы представили список трендов, которые вызвали или вызывают наибольший резонанс в обществе.

В реалиях сегодняшнего развития общества, такая группа людей, как молодежь терпит ряд изменений. Вектор эволюционного развития нашей молодежи является очевидным явлением. Последние 15-20 лет данная социальная группа все больше становится похожа на молодежь Запада и все больше впитывает его культуру и традиции свойственные именно молодым людям.

Первым трендом стало «селфи». Итак это некая разновидность автопортрета, созданная при помощи фотоаппарата, зеркала, монопода или автоспуска. Термин приобрёл известность в конце 2000-х — начале 2010-х годов благодаря развитию встроенных функций фотоаппарата мобильных устройств.

Не смотря на довольно широкую историю происхождения у такого, казалось бы простого явления, селфи стало мега-популярно у молодых людей примерно с 2013 года, при развитии социальных сетей. С самого начала было модно размещать фотографии такого стиля в профиле, но теперь последние 2-3 года, это становится своего рода ритуалом, который должен выполнить каждый уважающий себя участник соц сетей.

Следующий вид молодежного тренда о котором стоит рассказать, это так называемые «Челенджи» (Challenge). Каждый молодой человек или девушка в глубине своего сознания хоть не много, но хотели бы стать популярными...

Челлендж – это такая игра. Игра в реальность. Вернее правильно было бы сказать, что это реальность, обличённая в игру. Люди на некоторое время

становятся участниками увлекательных событий. Собранным на челлендж объявляются правила, раздаются тексты с заданиями. И объявляется старт.

Выполнив все задания необходимо ехать на точку финиша, которая может совпадать с точкой старта, а может и нет. Также в челленджах зачастую бывают дополнительные задания, вообще не связанные с основной историей или идеей, которые делают эти мероприятия гораздо интересней и увлекательней!

Следующий тренд о котором просто необходимо рассказать, это аудио наркотики, которые последние 2 года приобретают широкую популярность. Аудионаркотики (или «цифровые наркотики») появились в Интернете в виде звуковых файлов самых распространённых форматов — как правило, mp3, wav или flv. Причём музыкой их назвать нельзя — опробовавшие новый наркотик пользователи говорят о неприятных беспорядочных шумах, стуках, даже скрежете. Зато эффект распространители такой наркоты обещают намного приятнее. Десятки сайтов-хранилищ, устроенных по типу электронных музыкальных библиотек, предлагают выбрать «наркотик», способный вызывать определённые эмоции, физические ощущения или даже эффект, равный воздействию реальных наркотических средств. Стоит один файл около 20 рублей.

При прослушивании аудионаркотиков серьезно меняется электроэнцефалограмма (запись электрической активности головного мозга), она становится похожей на электроэнцефалограмму человека страдающего эпилепсией. Одно это показывает, что головной мозг начинает перенимать неправильную частоту и меняется электрическая активность головного мозга в сторону патологии.

Далее рассматривается такое понятие как «блог». Блог (англ. blog, от web log - интернет - журнал событий, интернет-дневник, онлайн-дневник) - веб-сайт, основное содержимое которого -регулярно добавляемые записи,

содержащие текст, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, упорядоченные в обратном хронологическом порядке. Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором. С самого начала, причина по которой люди создают личные блоги, это желание делиться в окружающими какой бы то ни было информацией. Как правило, данные «дневники» не имеют какой-либо научной или просто познавательной информации, а это могут быть все возможные личные мысли, переживания и наблюдения.

Стоит отметить, что блог имеет ряд ответвлений в своей структуре и видах. Так можно выделить такие виды блогов как: новостной блог, личный блог, профессиональный блог, видеоблог и т.д. Причем видео блог может сочетать в себе все выше перечисленные виды. Так может быть видеоблог личный, профессиональный и т.д .

Далее речь идет о, так называемых, группах смерти. Этот тренд, если его можно так назвать, шокировал общественность и принес большое количество подростковых смертей. Речь пойдет о так называемых «Группах смерти». Последнее время в обществе не осталось каких либо старых молодежных суб-культур, которые привлекали подростков и молодых людей в общем, своей атрибутикой и стилем. О каких –нибудь эмо, готах или тем более «альтернативщиках» нынешняя молодежь и подростки скорее всего даже не знают. Суб культуры раньше давали подросткам систему выбора, от того как одеваться, до того как думать.

В рамках третьего раздела приводятся результаты проведенного исследования.

В заключении представлены краткие выводы проведенного исследования.

В приложении приведен инструментарий исследования (анкета по теме исследования).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире, молодежные субкультуры занимают довольно значимые позиции. Молодежь как социальная группа имеет возможность выделяться и быть на виду благодаря таким культурам. Их разнообразие дает возможность каждому представителю молодежи найти интересные для себя способы раскрыться как личности.

Современные молодежные тренды в поведении, как выяснилось, имеют прямое отношение к субкультурам, и иногда даже к какой-то из конкретных культур. Дело состоит в том, что каждый из рассмотренных в исследовании тенденций отражает, во первых интересы молодого поколения, во вторых каждый из них, для кого-то имеет свою особую роль в образе жизни.

Современная молодежь, как уже было сказано, старается быть похожей на молодых людей из западного общества, и все больше впитывает его культуру и традиции свойственные именно молодым людям. Однако настораживает тот факт, что большинство описанных трендов, строго привязаны к телефонам и интернету. Сегодня молодые люди очень зависимы от своих смартфонов и компьютеров. Рассмотренное нами селфи можно охарактеризовать как способ самопрезентации. Молодежь старается тщательно и скрупулезно прорабатывать свою интернет-личность, делая определенную долю акцентов на различные факторы. Эти самые акценты могут быть самые разные: здоровье и привлекательность, богатство и т.д. При всем при этом, главной задачей является желание заставить свою, так называемую, аудиторию поверить в, созданный таким образом, образ личности.

Суть заключается в том, что в наши дни преобладает такое явление, как дифференциация групп людей по различным признакам, которая в свою очередь делит наше общество на слои. Так вот все дело состоит в том, что

люди, на сегодняшний день, стремятся хоть как-то, но соответствовать критериям какого-либо слоя населения, ведь именно он представлен как именно их идеал общества. Также людям и в особенности молодым людям, свойственно подражание своим кумирам. Совершенно не важно в какой из сфер работает этот самый кумир. Молодежь старается копировать его стиль одежды, его поведение, его культуру поведения в целом.

Именно это как раз и отразилось в исследовании функционирования молодежных трендов среди молодого поколения. Кто-то поддерживает одно движение и негативно относится к другому, кто-то поддерживает любую инновацию, независимо от того близка она ему или нет, кто-то имеет сугубо консервативные взгляды на подобную динамику молодежных культур. Одно можно сказать наверняка. Явление молодежной моды и трендов поведения, очень интересно с точки зрения социологического знания, и поэтому имеет полное право на рассмотрение и дальнейшее, более глубокое изучение. Как говорят в народе: «Молодежь- двигатель прогресса», так почему бы не изучать этот двигатель, с точки зрения его более глубоких и направленных на него самого интересов?