

находятся отношения, складывающиеся между продавцом и покупателем, а не просто акт купли-продажи. Причем эти отношения рассматриваются как взаимодействие между данными субъектами, а не как изменения маркетингового комплекса одной из сторон [5, с. 37]. Следовательно, наблюдается смена системы отношений между теми, кто предлагает това-

ры и услуги, и теми, кто их потребляет. Если раньше модель поведения можно было представить как воздействие производителя на потребителя, то сегодня между ними складываются отношения взаимодействия. В результате в теории маркетинга наблюдается ослабление позиций экономической теории и заметен все больший интерес к социологическим подходам.

Список использованных источников

1. Реклама / П.А. Матюшевская // Социология : энцикл. / сост. А.А. Грицанов [и др.]. — Минск : Книжный дом, 2003. — 1312 с.
2. Гончаров, В.В. Особенности национального продовольственного маркетинга / В.В. Гончаров, Г.П. Коршунов, А.И. Шабловский // Наука и инновации. — 2006. — № 1. — С. 63–65.
3. Шабловский, А.И. Конструктивное информационное поле: инновационная модель / А.И. Шабловский [и др.]. — Минск : Право и экономика, 2005. — 141 с.
4. Третьяк, О. Новый этап эволюции маркетинговой концепции управления / О. Третьяк // Рос. экон. журн. — 1997. — № 10. — С. 74–81.
5. Йохансон, Я. Стратегия и тактика деловых коммуникаций в промышленном маркетинге / Я. Йохансон // Маркетинг и рыночные сети. Ученые записки коммерческого факультета СПбУЭФ. — СПб., 1994.
6. Маттссон, Л.-Г. Взаимоотношения и сети / Л.-Г. Маттссон // Теория маркетинга / под ред. М. Бейкера. — СПб. : Питер, 2002. — С. 216–231.
7. Третьяк, О.А. Маркетинг: взаимосвязи производства, торговли и потребления / О.А. Третьяк. — СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1992. — С. 79–80.
8. Нордстрем, К.А. Бизнес в стиле фанк / К.А. Нордстрем, Й. Риддерстрале; пер. с англ. — СПб. : Шк. экономики в СПб., 2002.
9. Третьяк, О. Историческая эволюция и новые ориентиры развития маркетинга / О. Третьяк // Рос. экон. журн. — 2001. — № 2. — С. 60–70.

02.04.2014

УДК 316.32

С. А. Кулеш

МОЛАДЗЕВЫЯ СУБКУЛЬТУРЫ ЯК НЕАД'ЕМНАЯ ЧАСТКА СУЧАСНАЙ САЦЫЯКУЛЬТУРНАЙ ПРАСТОРЫ

Разгледжаны паняці «моладзевая субкультура», «моладзевая контркультура», «моладзевая культура», «культура для маладых». Асаблівая ўвага надаецца аналізу гістарычных умоў узнікнення моладзевых субкультур. Акрамя таго, аналізуюцца прычыны, па якіх маладыя людзі далучаюцца да моладзевых субкультур, і вынікі гэтага далучэння.

The author studies the notions “youth subculture”, “youth counterculture”, “youth culture”, “culture for young people”. The author pays attention to the analysis of historical grounds to origination of youth subcultures. It is also analysed the reasons of joining to youth subcultures and their consequences.

Канец XX — пачатак XXI ст. для Рэспублікі Беларусь адзначыўся фундаментальнымі зменамі сацыякультурнай палітры. У сацыяльнай структуры пачалі вылучацца разнастайныя сацыяльныя групы, якія адрозніваліся ўзроўнем матэрыяльнага дабрабыту, сістэмай жыццёвых арыенціраў, паводніцкім стылем і г. д. Гэта ж датычыцца і моладзі.

Дадзеная сацыяльна-дэмаграфічная група ўжо даўно не з'яўляецца маналітнай. Яна дыферэнцыявана на падставе розных характарыстык: пол, узрост, адукацыя, род заняткаў, месца жыхарства, сямейнае становішча, фінансавая забяспечанасць і інш. Аднак акрамя груп моладзі, якія вызначаюцца на падставе пералічаных прыкмет, значным феноменам сучаснай сацыякультурнай прасторы з'яўляюцца моладзевыя

субкультуры. Нярэдка іх прадстаўнікі выглядаюць дзіўна і задзірліва, паводзяць сябе неналежа. Як да гэтага павінны ставіцца дарослыя: бацькі, педагогі? На наш погляд, лепшаму ўзаемадзеянню ў дадзенай сітуацыі садзейнічае разуменне сутнасці феномену моладзевых субкультур.

Вывучэнне моладзевых субкультур складае важны напрамак сацыялогіі моладзі. З 1960-х гг. да гэтай праблематыкі звярталіся вядучыя сацыёлагі розных краін свету; у айчынай сацыялогіі аналіз моладзевых субкультурных феноменаў да канца 1980-х гг. вёўся ў вельмі вузкіх рамках. У значнай ступені гэта тлумачылася тым, што названыя феномены на падставе ўсталяваных навуковых парадыг успрымаліся як сацыяльная паталогія, а падобная тэматыка галоў-

ным чынам насіла закрыты характар, і яе распрацоўка не магла весціся па вольнаму выбару таго ці іншага даследчыка ці даследчага калектыва. Адбывалася і тое, што субкультуры, распаўсюджаныя ў краінах Заходняй Еўропы і ЗША, былі мала прадстаўлены ў формах сацыяльнай і культурнай актыўнасці маладога пакалення. З канца 1980-х гг. увага даследчыкаў да моладзевых субкультур стала больш прыкметнай, бо гэты феномен атрымаў больш шырокае распаўсюджанне. І, як вынік, вострай стала праблема яго вывучэння.

Зараз жа неабходна выразна вызначыць сам тэрмін «моладзевыя субкультуры». У айчынным і замежным грамадазнаўстве няма дакладнай пазіцыі ў адносінах да азначэння дадзенай з’явы. Нароўні з тэрмінам «моладзевая субкультура» можна сустраць такія паняцці, як «моладзевая контркультура», «моладзевая культура», «культура для маладых» [1]. Кожнае з іх, у сваю чаргу, адлюстроўвае пэўную даследчую пазіцыю.

Паняцце «моладзевая контркультура» часцей за ўсё выкарыстоўваецца для вызначэння сацыяльна-культурных устаноў, якія супрацьстаяць фундаментальным прынцыпам, пануючым у канкрэтнай культуры. Такім чынам, разглядаемы феномен надзяляецца негатывым сэнсам як нешта адназначна супярэчнае маральным асновам цывілізаванага грамадства. На наш погляд, такая пазіцыя адзначаецца вузкасцю, аднабаковасцю і ў наш час амаль страціла сваю актуальнасць.

Тэрмін «моладзевая культура» занадта шырокі, бо ўяўляе сабой спробу абагульнення розных культурных узораў, распаўсюджаных у моладзевым асяроддзі, што не прадстаўляецца магчымым з прычыны культурнай разнастайнасці сучаснага грамадства. Слабасць дадзенага падыходу заключаецца і ў тым, што моладзь разглядаецца як аднародная маса, для якой характэрна наяўнасць аднолькавага жыццёвага вопыту і аднолькавых праблем. Амаль тое ж самае мы можам адзначыць і ў адносінах да тэрміна «культура для маладых», які фактычна адлюстроўвае форму масавай культуры індустрыяльна развітых і постіндустрыяльных грамадстваў, арыентаванай на спецыфічны спажывецкі рынак.

Зыходзячы з сказанага вышэй, можна зрабіць вывад, што толькі тэрмін «моладзевая субкультура» найбольш дакладна і ёміста характарызуе разгледжаную ў дадзеным артыкуле з’яву. Моладзевая субкультура далёка не заўсёды антаганістычна ў адносінах да іншых форм культуры, яна можа складацца са шматлікіх агульнакультурных элементаў, ствараючы іх арыгінальныя камбінацыі і дапаўняючы матэрыяльнымі артэфактамі і духоўнымі кампанентамі [2].

Для любой субкультуры існуе абавязковы набор характэрных рыс, адсутнасць якой-небудзь з іх ставіць пад пытанне магчымасць аднясення таго ці іншага сацыякультурнага ўтварэння да субкультуры. Да іх адносяцца:

- спецыфічны стыль жыцця і паводзін;
- уласцівыя дадзенай сацыяльнай групе своеасаблівыя нормы, каштоўнасці, светаўспрыманне (пра што ўжо ішла гаворка), якія часта прыводзяць прадстаўнікоў гэтай субкультуры да нанканфармізму;

- наяўнасць больш-менш відавочнага ініцыятыўнага цэнтра, які генерыруе ідэі.

Акрамя пералічаных рыс, для моладзевых субкультур характэрна і тое, што яны ствараюцца самімі маладымі людзьмі для сябе. Такім чынам, кожная моладзевая субкультура ёсць адлюстраванне запатрабаванняў і інтарэсаў, значных для пэўнай групы моладзі ў вызначаны момант. Сэнс субкультуры зразумелы толькі яе прадстаўнікам. Такім чынам, можна казаць пра яе элітарнасць і эзатэрычнасць.

Моладзевыя субкультуры — адносна новы сацыяльны феномен. Яны ўзніклі ў выніку рэзкага паскарэння тэмпу сацыякультурных змен: уваходжанне індустрыяльных краін у эпоху тэхнагеннай цывілізацыі, іх пераход да постіндустрыяльнай стадыі грамадскага развіцця. Павялічваецца перыяд абавязковага навучання для шырокіх мас, што прыводзіць да з’яўлення новай сацыяльна-дэмаграфічнай групы «моладзь». Акрамя таго, сваім узнікненнем моладзь як сацыяльная група абавязана падзелу працы і актыўнай індустрыялізацыі, якія абумовілі змену структуры вольнага часу, што таксама спрыяла падоўжанню вучнёўскай фазы, вызначыла характар сацыякультурнай дыферэнцыяцыі.

Падаўжэнне працэсу навучання моладзі прыводзіць да своеасаблівага канфлікту паміж фізічнай сталасцю маладых людзей, з аднаго боку, і іх фінансавай залежнасцю ад старэйшых — з іншага. Гэта значыць, што па ўзроўні фізічнага і інтэлектуальнага развіцця яны практычна нічым не адрозніваюцца ад дарослых, але незавершанасць працэсу навучання не дазваляе ім заняць адпаведнае становішча ў структуры грамадства. Імкненне ж маладых людзей да прызнання іх ролі ў грамадстве пры недастаткова сфармаванай сацыяльнай пазіцыі выяўляецца ў цяжы да стыхійна-групавых зносін. Гаворка ідзе пра схільнасць да самаарганізацыі, да сцвярджэння сваёй самастойнасці, характэрных для сацыяльнага выспявання на падлеткавым і юнацкім этапах. Моладзевая субкультура дае такую магчымасць. Гэта своеасаблівая форма зносін і жыцця маладых людзей, аб’яднаных інтарэсамі, каштоўнасцямі, сімпатыямі.

У сучасных развітых індустрыяльных грамадствах губляюцца інстытутылізаваныя, фармалізаваныя працэдурны (характэрныя для патрыярхальных, традыцыйных грамадстваў) пераходу са свету моладзі ў свет дарослых. У XX ст. у шмат якіх краінах свету сям’я як сацыяльны інстытут страціла частку сваіх сацыялізуючых функцый. Тое ж датычыцца і адукацыі, а таксама тых сацыяльных інстытутаў, патэнцыял якіх распаўсюджваецца як на моладзь, так і на старэйшае пакаленне. Гэтую нішу занялі моладзевыя субкультуры, якія ў сваіх разнастайных праявах уяўляюць сабой функцыянальны момант сучаснай культуры. Тут варта адзначыць, што не ўсе маладыя людзі падчас сваёй сацыялізацыі «праходзяць» праз моладзевыя субкультуры — толькі 30 %.

У той час як базавую, дамінуючую культуру чалавек у большасці выпадкаў не выбірае, далучэнне да той ці іншай субкультуры, як правіла, носіць добраахвотны характар. Моладзевая субкультура нікому сябе

не навязвае. Больш таго, паколькі яна ў некаторым сэнсе ізалявана ад базавай культуры пэўнага грамадства, да яе прылучаюцца толькі тыя, хто даведаўся аб ёй па неафіцыйных каналах. Да моладзевай субкультуры маладыя людзі далучаюцца таму, што яны не «ўбудоўваюцца» ў тую ці іншую структуру грамадства. Ідэнтыфікацыя сябе з нейкай моладзевай субкультурай азначае для маладога чалавека прыняцце нормаў, каштоўнасцяў, светаўспрымання, манер, стыля жыцця, а таксама вонкавых арыбутаў належнасці да дадзенай субкультуры (прычоска, адзенне, упрыгожванні, жаргон і г. д.), адметных ад прынятых у базавай культуры.

Моладзевыя субкультуры граюць важную ролю ў жыцці юнакоў і дзяўчат, задавальняюць іх інфармацыйныя, эмацыйныя і сацыяльныя запатрабаванні: даюць магчымасць пазнаць тое, пра што не так проста казаць з дарослымі, забяспечваюць псіхалагічны камфорт, вучаць выкананню сацыяльных роляў. Шмат для каго далучэнне да моладзевай субкультуры з'яўляецца адной з форм пратэсту супраць звыклага ўкладу жыцця, апекі з боку старэйшых. Адносіны з ровеснікамі для маладых людзей уяўляюць сабой новы спецыфічны від эмацыянальных кантактаў, немагчымых у сям'і. Сэнс моладзевай субкультуры заключаецца якраз у самавыяўленні і выпрацоўцы ўласнага сацыяльнага статусу, які прызнае асяроддзе (у дадзенай сітуацыі хаця б сабе падобныя).

Справа ў тым, што, пакуль у грамадстве за маладым чалавекам не будзе прызнаны і замацаваны той ці іншы сацыяльны статус, яму самому неабходна яго ствараць, паколькі яго запатрабаванне ў статусе, адчуванне прыналежнасці да некаторага грамадства не могуць задаволіць ні сям'я, ні школа, ні любая фармальная моладзевая арганізацыя. Таму і ўзнікаюць так званыя групы вольнага часу, ці кантактныя групы, у якія падлеткі збіраюцца інстынктыўна. Менавіта яны і з'яўляюцца нефармальнымі групамі ці моладзевымі аб'яднаннямі, якія ствараюць уласную субкультуру ці складаюць «сваю» субкультуру, як мазаіку, са створанага іншымі.

Звычайна моладзевыя субкультуры фарміруюцца вакол якога-небудзь ініцыятара (ці іх можа быць некалькі) тых ці іншых інавацый або выразніка тых ці іншых прыхільнасцяў да музычных стыляў, ладу жыцця і г. д. Пад яго ўплывам у групе ўзнікае нейкі субкультурны светапогляд, які замацоўваецца ў крылатых выказах, лозунгах, якіх-небудзь (пісаных ці няпісаных) тэкстах, што растлумачваюць асноватворныя каштоўнасці дадзенай групы. Варта падкрэсліць, што патрэбнасць у станоўчай ацэнке асяроддзя з'яўляецца адной з вядучых у юнацтве. Гэтым тлумачыцца імкненне маладых людзей заняць адпаведнае месца ў групе ровеснікаў і атрымаць іх прызнанне. З цягам часу ляльнасць групе з боку яе ўдзельнікаў змяняецца, аўтарытарны ўплыў групы памяншаецца, і тады ўжо выбар жыццёвага шляху залежыць ад асобных якасцяў маладога чалавека і сацыяльнага асяроддзя за межамі групы [3].

Такім чынам, змены ў жыцці грамадства, адкрытасць сацыяльна-эканамічных сістэм прывялі да ўскладнення культурных форм, мазаічнасці культуры, яе неаднароднасці. Маналіт культуры папярэдніх эпох

паўстаў у выглядзе складанага спектру субкультурных элементаў. Сучасная моладзь, выступаючы часткай соцыума, таксама развіваецца ў адпаведнасці з дадзенымі тэндэнцыямі. Існаванне ў беларускім грамадстве моладзевых субкультур на сучасным этапе з'яўляецца прыкметай прагрэсіўнасці, а не паталогіі. Акрамя гэтага, моладзевыя субкультуры выступаюць актыўнымі агентамі сацыялізацыі маладога пакалення, бо традыцыйныя інстытуты (школа, сям'я) не вырашаюць дадзеную задачу ў ранейшым аб'ёме. Парой гэта можа насцярожваць прадстаўнікоў старэйшага пакалення, але для гэтага няма сур'ёзных падстаў. Бо, нягледзячы на розніцу ў поглядах, формах правядзення вольнага часу, асаблівасцях адзення, музычнага густу і г. д., беларуская моладзь па-ранейшаму прытрымваецца традыцыйных каштоўнасцяў, блізкіх і зразумелых старэйшым. Тым не менш паміж пакаленнямі захоўваецца вызначанае неразуменне, якое спараджае страх і вядзе да канфлікту.

Шмат хто сярод дарослых аўтаматычна залічвае прадстаўнікоў усіх моладзевых субкультур у катэгорыю сацыяльна небяспечных асоб. Гэта катэгарычна памылкова. Належнасць падлетка да той ці іншай нефармальнай групы, вядома, можа мець свае адмоўныя бакі. Напрыклад, малады чалавек можа патрапіць пад уплыў больш аўтарытэтных прадстаўнікоў субкультуры. Гэта назіраецца у асяроддзі скінхэдаў, футбольных фанатаў і інш. У шэрагу моладзевых субкультур ёсць некаторая колькасць маладых людзей з дэвіянтнымі паводзінамі. Але прычынай гэтых адхіленняў з'яўляецца не сам факт належнасці да той ці іншай моладзевай субкультуры, а, хутчэй, асаблівасці пэўнага падлетка, яго сям'я, асяроддзе. Спробы растлумачыць, напрыклад, суіцыдальныя паводзіны некаторых падлеткаў выключна ўдзелам у такіх субкультурах, як готы і эмо, беспадстаўныя. За суіцыдамі, як правіла, стаяць значна больш сур'ёзныя праблемы.

Неабходна таксама адзначыць, што і ступень уключэння ў ідэалогію сваёй групы можа быць рознай. У пераважнай большасці выпадкаў у нашай краіне маладыя людзі прымаюць толькі арыбутыку моладзевых субкультур, знешнюю экіпіроўку, не ўнікаючы вельмі глыбока ва ўтоены сэнс. Менавіта таму большасць маладых людзей, якія прылічаюць сябе да тых ці іншых моладзевых субкультур, праз некаторы час зусім спакойна іх пакідаюць і ўключаюцца ў структуру навакольнага соцыума.

Для таго каб згладзіць непазбежныя міжпакаленныя супярэчнасці, неабходна ісці не па шляху забаронаў, а весці адкрыты дыялог, шукаць спосабы інтэграцыі, спазнаваць больш пра маладых людзей і разумець іх, а таксама прымаць тое новае, што яны прыносяць у сацыякультурную прастору. Бо моладзевая субкультура — гэта не толькі набор вызначаных уласцівасцяў і прыкмет, не толькі спецыфічны лад жыцця, але першым чынам нейкая ўнутраная патрэбнасць. Пры гэтым матэрыяльныя патрэбнасці, іх колькасць і якасць, звязаныя з умовамі жыцця, не могуць быць адзінымі для вызначэння прычын, па якіх з'яўляецца моладзевая субкультура. Можна з упэўненасцю адзначыць, што вядучую ролю ў гэтым працэсе іграюць патрэбнасці духоўнага характару.

Грамадазнаўцы да іх ліку адносяць патрэбнасць у развіцці асобы, у самарэалізацыі, самаактуалізацыі; у асэнсаванні свайго прызначэння ў свеце, у задавальненні пачуцця хараства, справядлівасці; патрэбнасць у сутнасным спазнанні навакольнага свету і г. д. Выходзячы за межы сацыяльнай і біялагічнай

прыроды, гэтыя патрэбнасці складаюць асобную сферу вышэйшых каштоўнасцяў, духоўнага вопыту, асэнсавання сябе і свайго жыцця. Разуменне і прыняцце гэтага з боку старэйшага пакалення — умова фарміравання гарманічнага грамадства і росквіту беларускай дзяржавы.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Левикова, С.И. Молодежная субкультура : учеб. пособие / С.И. Левикова. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 608 с.
2. Латышева, Т.В. Феномен молодежной субкультуры: сущность, типы / Т.В. Латышева // Социологические исследования. — 2010. — № 6. — С. 93–101.
3. Ярская, В.Н. Социология молодежи в контексте социальной работы / В.Н. Ярская. — Саратов : СТГУ, 2004.

05.05.2014

УДК 316

Е. Г. Павлова

СУБЪЕКТИВНЫЙ ХАРАКТЕР ВИЗУАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ

Рассматривается феномен визуальной социологии с точки зрения специальной социологической теории: выделяется ее объект, предмет, категории, методы; понятие социологического воображения описывается в качестве неотъемлемой профессиональной характеристики современного социолога.

The author studies the phenomenon of visual sociology from the point of view of the special sociological theory. Its object, subject, categories, methods are allocated; the concept of sociological imagination is described as the integral professional characteristic of the modern sociologist.

Социология как наука об обществе имманентно реагирует на изменения, происходящие в структуре и характере социума. Повсеместное развитие и внедрение новых технологий — Интернета, мобильной связи, расширение возможностей видео- и фотосъемки — вносят существенные коррективы в структуру общественной жизни, что закономерно влечет появление новых концепций социологического осмысления общества. Так, визуальная социология сегодня уже не «экзотика», а отдельная сфера социологического теоретизирования, приобретающая все большую значимость. Мы ставим перед собой задачу раскрыть сущность визуальной социологии для широкого круга читателей. В современной социологической науке за термином «визуальная социология» стоит ряд аналитических концепций и методологических практик. Рассмотрим феномен визуальной социологии под углом зрения специальной социологической теории, выделив ее объект, предмет, категории и методы анализа социальной реальности.

Объектом визуальной социологии выступают визуальные изображения и зрелищные объекты (фотографии, видеофильмы, телепередачи, открытки, игрушки, одежда, художественное оформление тела, домашний интерьер и др.). Визуальные изображения в качестве источника данных создают визуальную модель ситуации, недоступной для прямого наблюдения. К примеру, глядя на одежду (ее фасон, покрой, цвет, сферу применения и т. п.), можно прочесть социальную тенденцию, кроющуюся за ней. Школьная форма в советские времена была окрашена в темные тона и выполняла функцию, служила

фактором унификации учащихся. В постсоветской школе, в частности в Беларуси, форма была поначалу отменена под лозунгами воспитания эстетического вкуса у школьников, а позднее учебные заведения стали вводить определенные требования к внешнему виду учеников, чтобы посредством одежды подчеркнуть принадлежность к социальной группе («элитная школа», «форма гимназиста»). Современная школьная форма имеет более лояльные характеристики цвета и фасона. Визуальное сравнение советской и современной школьной формы отражает тенденции децентрализации советской власти, падения коллективистских ценностей, актуализации ценностей индивидуализма.

Предмет визуальной социологии — тенденции и закономерности функционирования общества посредством анализа визуальных изображений и зрелищных объектов. Иными словами, визуальная социология использует изображения и другие зрелищные объекты, чтобы анализировать общество и культуру. Существенное замечание в данной связи делает П. Штомпка [1], обращая внимание на то, что визуальные изображения в широком смысле охватывают любые предметы, людей, места, события или ситуации, которые может наблюдать человеческий глаз. Для визуальной социологии эвристическим потенциалом обладают визуальные данные в более узком смысле — социологические визуальные данные, то есть связанные с деятельностью человека. Это включает из сферы интереса визуальной социологии богатый образами мир природы. Однако снимки преобразованной в ходе человеческой деятельности