|  |
| --- |
| **Молодежные течения:** |
| **Готы**  «Дети» панк-культуры, любители пост-панка и готик-рока образовали собственную субкультуру — подчеркнуто мрачную, театрально-драматическую.  Мировоззрение готов привлекало людей, склонных к темной романтике: страдания, смерть, мистика, черная одежда, мрачный макияж, фотосессии на заброшенном кладбище… Чтобы стать готом, необязательно было слушать пост-панк: достаточно накрасить ногти черным лаком, а губы — черной помадой.  Движение, уделявшее много внимания внешнему виду, постепенно поделилось на несколько направлений: викторианские готы, кибер-готы, фетиш-готы и даже вампиры.  Субкультура существует до сих пор — и до сих пор подвергается осуждению: тематика смерти и страданий не вызывает симпатии. Порой готов даже путают с сатанистами, хотя врагу рода человеческого они не поклоняются.  **Эмо**  В начале XXI века субкультура «эмо» распространилась по всему миру — благо интернет уже позволял молодым людям мгновенно узнавать, чем увлекаются их сверстники на другой стороне земного шара. Повсюду появились грустные подростки с длинными челками в черно-розовых нарядах.  Изначально причиной возникновения эмо стал один из подвидов рок-музыки — эмо-хардкор (эмокор). Эмо фокусировались на романтической тоске, душевных страданиях и ненависти к себе — в отличие от готов, которые предпочитали ненавидеть окружающий мир.  Те, кто причислял себя к субкультуре, одевались в черно-розовой гамме, носили полосатые митенки (перчатки с обрезанными пальцами), чокеры, кеды с яркими шнурками. Субкультура была совершенно безобидной, в нее вливались в основном подростки, которые тяготели к драматизации бытия. Однако в обществе к эмо относились либо пренебрежительно, либо с осторожностью: подростков подозревали в стремлении к саморазрушению.  К 2010-м годам субкультура постепенно утратила популярность и сейчас практически полностью ушла в прошлое.  **Ролевики, толкинисты и реконструкторы**  **Ролевые игры** — увлечение десятков, а то и сотен тысяч людей во всем мире. Возникло оно в конце 80-х — начале 90-х годов XX века, выросло из клубов любителей фэнтези. Люди, объединенные любовью к одним и тем же волшебным историям, собирались вместе и отправлялись в лес, чтобы перевоплотиться в персонажей, разыграть сцены и эпизоды из любимых книг или направить сюжет совсем по другому пути.  **Толкинисты** — как очевидно из названия — начинали с игр по вселенной Дж. Р. Р. Толкина. С 1990 года в разных регионах РФ проводили «Хоббитские игры», на которые съезжались сотни ролевиков из разных клубов.  Со временем ролевое движение трансформировалось и разделилось на множество направлений. Среди ролевиков есть люди любого возраста и достатка. Далеко не любая ролевая игра — выезд в лес с палатками: для этого арендуют турбазы, пансионаты и даже исторические замки.  Игры, зародившиеся как романтическое и эскапистское развлечение, превратились в непростое и дорогостоящее хобби — которое, однако, по-прежнему имеет все признаки субкультуры: от собственного языка до прочных внутренних связей.  Параллельно существует движение реконструкторов, которые ролевиками себя не считают: историческая реконструкция — это тщательное и максимально достоверное воссоздание эстетики избранной эпохи.  **Отаку и косплееры**  Увлеченные поклонники жанра аниме — японской анимации — не просто смотрят мультфильмы: они становятся знатоками жанра, собирают «мерч» — сувениры, связанные с любимыми «тайтлами» (title — название; имеются в виду конкретные аниме-сериалы и полные метры), а то и занимаются косплеем: воспроизводят облик персонажей.  В России субкультура расцвела в нулевых, с развитием интернета. С тех пор прошло немало аниме-фестивалей в разных регионах, а косплееры, создававшие первые костюмы собственноручно, теперь зачастую заказывают их швеям и мастерам крафта.  Взрослых людей среди любителей аниме немало — этот жанр далеко не всегда адресован детям. Но свою принадлежность к субкультуре подчеркивают в основном подростки и молодежь.  Хипстеры  Стильные и ухоженные молодые люди, обсуждающие артхаусное кино под лавандовый раф в модной кофейне, — обитатели большого города. Концептуальной идеологии у хипстеров нет: только стремление к стильному потреблению, уходу за собой и элегантной самопрезентации.  Субкультура хипстеров расцвела в начале 2010-х годов, а теперь перестала кого бы то ни было объединять: сейчас это мейнстрим, то есть основная, доминирующая линия молодежной культуры, а к субкультурам принадлежат те, кто в нее не вписывается.  **Геймеры, нёрды и гики**  Любителей видеоигр объединяет не идеология, а любовь к общему хобби: им просто нравятся компьютерные игры. У них нет узнаваемых элементов стиля — зато есть общий язык, зачастую совершенно непонятный непосвященным. Геймеры могут быть как предельно маргинальными — игроками, забывшими и про работу, и про личную жизнь, и даже про необходимость делать уборку в квартире, — так и киберспортсменами, прекрасно адаптированными к жизни.  Видеоигры — увлечение для всех возрастов, но для них нужны по-настоящему мощные гаджеты.  В геймерской среде зародилась и выделилась субкультура гиков — людей, которые любят гаджеты и интересуются современной поп-культурой, например комиксами. В сущности, гики — это «зонтичное» понятие, объединяющее множество более специализированных субкультур.  **Дед инсайд**  Название происходит от английского словосочетания dead inside — «мертвый внутри».  Идеологические наследники эмо ненадолго стали популярны в 2019 году. От своих предшественников грустные подростки, называвшие себя дед инсайдами, позаимствовали пессимизм, склонность к тоске и отстранению от обычных людей. Внешние признаки тоже были сходными: длинная челка, черная с белыми элементами одежда. Интересно, что такое течение существовало исключительно в России.  Никакой общей идеологии у приверженцев субкультуры нет — а в настоящее время она уже практически ушла в прошлое.  **E-kids**  Термин «электронные дети» — e-kids — возник в 2009 году. Так называли блогеров, которые готовы были на все для увеличения числа подписчиков.  Число e-girls и e-boys — электронных девочек и мальчиков — выросло вместе с популярностью сервиса коротких видео TikTok. Сейчас пик интереса к этой субкультуре уже прошел, и ее место в мировой сети заняли альты.  **Альтушки**  Слово «альт» произошло от английского alternative — «альтернативный». К давно существующему музыкальному понятию «альтернативный рок» эти альты никакого отношения не имеют. Разобраться, кто такие альтушки, сложно, поскольку их главное стремление — «не быть как все». В остальном они могут принадлежать к любой другой субкультуре, увлекаться играми, аниме или сериалами.  В числе внешних признаков — одежда оверсайз, стрижки каре, яркий макияж и необычный цвет волос. Долго ли просуществует эта субкультура — и считать ли ее действительно субкультурой, а не просто модой — сказать сложно.  Ясно одно: рано или поздно ей на смену придет что-то еще: потому что желание «не быть как все», а заодно найти единомышленников свойственно молодежи во все времена.  Но в то же время он необязателен: можно принадлежать к субкультуре, ничем не отличаясь внешне от «обычных людей». Если, конечно, это не группа, которую объединяет только необычный внешний вид, — такие тоже бывают.  Еще одна особенность — у субкультур, в отличие от группировок любого рода, нет ни руководства, ни организации. Принадлежность к группе добровольная, участие в ней может не требовать ни усилий, ни вложений, достаточно самоосознания себя членом группы. Нет и ограничений на взаимодействие с «цивилами» или «нормисами» (это определения обычных людей из двух разных субкультурных сленгов).  Некоторые специалисты считают, что большая часть участников той или иной субкультуры — люди, которым не удалось вписаться в доминирующую культуру или найти в ней то, что их удовлетворяет.  **Ванильки**  Ванильные девушки - новое прочтение образа тургеневской барышни. Хрупкие романтичные особы, грезящие о книжной любви и прекрасном принце. Основная идея субкультуры — женственность во всех ее аспектах. Считается, что это движение стало протестом против вульгарности и мужеподобности современных девушек.  Специфически женское подростковое направление зародилось в начале 2000-х. Название объясняется двояко: любовью к одежде ванильных тонов либо ассоциацией с культовым фильмом «Ванильное небо». Любая субкультура – это, в той или иной мере, бунт против традиционной морали общества. У ванилек он проявляется в уходе в себя, отстраненности, депрессивности, скрытом трагизме.  Особенности  В образе присутствует нежный, романтичный стиль. Ванильные девушки любят воздушную одежду пастельных тонов, кружева, каблуки, футболки с надписью «I love NY», принты с британским флагом, вязаные шапочки, угги.  Особенности, которые помогают узнать ванильку: фотоаппарат; модные журналы; пирожные, сахарная вата; неаккуратный пучок волос; легкий макияж; модные большие очки.  **Корейская волна (халлю)**  Одна из самых современных субкультур зародилась в Южной Корее и нашла в России благодатную почву. Она состоит из фанатов корейских музыкальных групп (K-POP).  Название «корейская волна» родом из Китая, на который она нахлынула гораздо раньше нас. Сегодня халлю вовсю теснит субкультуру анимешников (отаку) – поклонников японской мультипликации анимэ и комиксов манга.  В чем же секрет такой неимоверной популярности корейских групп во всем мире? Вопервых, их довольно массовый состав: от 5 до 10 человек. Между участниками коллективов существуют сложные отношения, следить за которыми можно как за сериалом. В среде поклонников K-POP ценятся постеры с изображением кумиров. «Корейская волна» также включает в себя увлечение кухней, видео-играми, фильмами и языком Южной Кореи. **Фрики**  Субкультура сформировалась в 60-е годы в Америке и имеет множество  интерпретаций. Фрики самовыражаются через искусство, объект которого – собственное тело. С английского freak переводится как «урод, чудак». В прошлом фриками называли и людей с психическими отклонениями или физическими недостатками.  Современный фрик – это экстравагантный человек с эпатирующим поведением или внешностью. Он напрочь отказывается от моральных устоев общества и общепринятых стереотипов поведения  Как узнать?  Идеальная внешность для поклонников субкультуры выражается понятием «ольджан», что переводится как «красивая мордашка». Так называют людей с огромными глазами, маленьким носом и губами. Кукольные пропорции лица достигаются, как правило, благодаря пластической хирургии и фотошопу.  Типичный образ  Внешний вид фриков шокирует. Характерные приметы: жуткие татуировки, пирсинг на лице и по всему телу, огромные проколы в ушах. Особые фанаты прибегают к модификации тела: режут язык, делают шрамы, вживляют под кожу различные предметы, меняют цвет радужки глаза. Свою экстремальную красоту они подчеркивают провокационными прическами (ирокезы, дреды), эпатирующими одеяниями. Наряду с футбольными фанатами, фриков относят к наиболее опасным молодежным субкультурам  **Граффитеры.**  Граффити – это сегодня почти отдельный, самостоятельный вид искусства, правда, искусства неформального. Граффитеры выводят краской из баллончиков-распылителей рисунки и надписи на стенах домов, гаражей, промышленных построек, да в общем, на чем угодно, - на заборах, на поездах и т.п. Искусство характеризуется тем, что являет собой одну из сторон развития промышленной цивилизации, ведь оно невозможно в отрыве от промышленного пейзажа.  Не случайно зародилось искусство граффити в 60-х годах индустриального ХХ века не где-нибудь, а в Нью-Йоркском метро. Естественно, что стены разрисовывали не маменькины сыночки, а свободные от надзора и строгого воспитания подростки, для которых улица была вторым домом. Изначальный смысл рисунков заключался в том, чтобы оставить отметку о своем присутствии (tag) – аналог нашего, русского «Здесь был Вася»: словно некая уличная экспресс-почта для каждого, кто пройдет мимо. Однако такие незамысловатые желания очень скоро переросли в самостоятельное культурное движение.  Сегодня граффити имеет свои изобразительные традиции, законы и технологии. Более того, из полностью неформального движения граффити превратилось местами во вполне одобряемое властями занятие. Так, в некоторых городах проводят целые фестивали, на которых граффитеры разрисовывают своими картинами, например, бетонные заборы заводов. Причем организаторами действа являются городские власти!  Узнать райтеров на улице сложно, если, конечно, рукава одеждой не перепачканы краской, а в рюкзаке не побрякивают баллончики. Однако молодые уличные художники придерживаются в своей одежде некоторых закономерностей. Стиль райтеров – это уличный стиль, которому присуща свобода и удобство. Вне зависимости от музыкальных пристрастий, в одежде райтеры предпочитают уличный стиль (urban-style) – кроссовки или кеды, широкие штаны, футболки, толстовки с капюшоном, рюкзак с принадлежностями для рисования, напульсники, кепка или бандана (как вариант – кепка поверх банданы). Когда райтер рисует, то одевает одежду, чтобы не жалко было запачкать. Обязательная деталь в таком случае – респиратор или просто платок, закрывающий рот и нос, чтобы избежать попадания краски в дыхательные пути. Не лишними при этом оказываются защитные очки. Помимо рэпа и хип-хопа графферы часто слушают альтернативный рок, new-vawe и электронную музыку. Известные рок-группы, такие как Limp Bizkit, Linkin Park использовали стиль граффити при оформлении обложки альбомов.  Райтеры в большинстве своём аполитичны, и субкультура не имеет какой-либо чётко сформулированной идеологии. Политические лозунги и призывы на стенах – лишь частные случаи, их появление на той или иной стене зависит от желания и мировоззрения конкретно взятого райтера или райтерской команды. Графферы часто даже не имеют конкретной цели, создавая тот или иной рисунок. По сути, это просто художники, которые избрали для своих творений не холст или лист ватмана, а забор завода, стену многоэтажки или гаража и при создании рисунка руководствуются только своим вдохновением и настроением. Граффити ни к чему не призывает, ни за что не агитирует, а только делает серый городской пейзаж ярче и веселее, превращает неприметную бетонную плоскость в арт-объект. Яркие жизнерадостные рисунки радуют глаз, и вот уже начинаешь невольно улыбаться при виде фантастического цветка или смешного персонажа. И глядя на всю эту красоту понимаешь, что все эти ребята – райтеры, они же графферы, они же граффитеры, делают большое дело – радуют нас с вами. |