

Цифровые субкультуры как новый социальный феномен

Научный руководитель – Мамедов Агамали Куламович

Артеменко Милена Олеговна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: milaniaartemenko@gmail.com

Современная цифровая эпоха породила новый социальный феномен — цифровые субкультуры, сообщества, которые преимущественно формируются и существуют в онлайн-пространстве. Этот процесс обусловлен переходом от индустриального к информационному обществу, описанному М. Кастельсом как «сетевое общество», где социальные связи строятся через глобальные сети, а коммуникация осуществляется с помощью новых медиа [4]. Молодёжь, особенно поколение Z, всё чаще формирует свою идентичность и взаимодействует в цифровой среде, что приводит к трансформации традиционных субкультурных практик. Цифровые субкультуры сохраняют основные черты классических субкультур — групповую идентичность, уникальные ценности, символы и чувство принадлежности, — но реализуют их в интернете, адаптируясь к условиям медиатизации, глобализации и технологических изменений.

Актуальность изучения цифровых субкультур подтверждается статистикой: к 2023 году интернетом пользуются 88% населения России (127,6 млн человек), а социальные сети охватывают 106 млн (73%). На глобальном уровне доступ к интернету имеют 5,16 млрд человек, из них 4,76 млрд активно используют соцсети. Такая массовая вовлечённость создаёт благоприятные условия для появления новых культурных форм, требующих научного анализа. Теоретической основой исследования служат концепции социального конструкционизма (П. Бергер, Т. Лукман), драматургической социологии (Э. Гофман), теории позднего модерна (Э. Гидденс), сетевого общества (М. Кастельс), исследований цифровой идентичности (Ш. Теркл) и медиатизации (Н. Коулдри, А. Хепп). Эти подходы объясняют, как цифровая среда преобразует субкультурные практики и влияет на идентичность индивидов в условиях глобальных коммуникационных сетей, подчёркивая их зависимость от технологической инфраструктуры.

Исторически субкультуры развивались от традиционных форм, таких как панки или хиппи, связанных с физическими пространствами (клубами, улицами), к цифровым, где географические границы теряют значение. Социальный конструкционизм утверждает, что реальность субкультур создаётся участниками через взаимодействие, которое в онлайн-среде происходит посредством совместного производства контента, жаргона и норм поведения [1]. Например, участники сообществ в социальных сетях формируют свою «реальность» через мемы, посты и символы, служащие маркерами принадлежности. Теория самопрезентации Э. Гофмана раскрывает, как люди конструируют идентичность с помощью цифровых инструментов — профилей, аватаров, постов, — управляя впечатлением в условиях «коллапса контекстов», когда разные аудитории (друзья, коллеги, незнакомцы) смешиваются на одной платформе [2].

Э. Гидденс в теории позднего модерна подчёркивает рефлексивный характер идентичности: в условиях ослабления традиционных устоев интернет предоставляет множество вариантов для её формирования — от фанатских сообществ до идеологических движений [3]. М. Кастельс описывает сетевое общество как среду, где субкультуры становятся децентрализованными узлами глобальных сетей, объединяя людей по интересам независимо от

расстояний [4]. Так, поклонники К-роп или геймеры создают транснациональные сообщества, координируемые через Twitter или Discord. Ш. Теркл акцентирует множественность онлайн-личностей, отмечая, что цифровая среда позволяет экспериментировать с ролями, расширяя самовыражение, но размывая границы между виртуальным и реальным «я» [6].

Интернет и социальные медиа играют ключевую роль в становлении цифровых субкультур, устраняя географические и временные барьеры и ускоряя обмен информацией. Платформы вроде TikTok, Discord и Twitter позволяют нишевым сообществам — геймерам, фэндомам, активистам — быстро расти и распространять свои идеи. Алгоритмы рекомендаций, системы уведомлений и геймификация (лайки, достижения) усиливают вовлечённость пользователей, создавая эффект постоянного присутствия в сообществе [5]. Концепция культуры участия Г. Дженкинса подчёркивает, что пользователи становятся соавторами контента, создавая фан-арты, видео и мемы, что снижает барьеры для творчества и укрепляет коллективную идентичность [7].

Цифровая среда преобразует субкультурные практики, делая их более динамичными, сетевыми и массовыми. Жизненный цикл субкультур сокращается: тренды, такие как эстетика e-girls или cottagecore, возникают и угасают за месяцы, хотя ядро преданных участников может сохраняться. Творчество приобретает коллективный характер: мемы, флешмобы, совместные проекты (например, r/Place на Reddit) вовлекают сотни участников, усиливая чувство общности [7]. Идентичность становится множественной и гибкой: человек может одновременно принадлежать нескольким сообществам — быть поклонником аниме, активистом и геймером, — проявляя разные грани себя под разными аккаунтами. Это подтверждает идеи Теркл о подвижности цифровой идентичности [6] и Гидденса о рефлексивном проекте «я» [3].

Таким образом, цифровые субкультуры представляют собой эволюцию субкультурности в условиях сетевого общества [4]. Они наследуют функции традиционных субкультур — создание смысла, идентичности и принадлежности, — но реализуются через медиатизированные формы, становясь более доступными, подвижными и массовыми [5]. Это явление отражает глубокие изменения в социальной жизни и требует междисциплинарного изучения с учётом влияния технологий, социокультурных факторов и экономических условий, а также анализа их перспектив в условиях дальнейшей цифровизации.

Источники и литература

- 1) Бергер П.Л., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / пер. с англ. — М.: Медиум, 1995. — 323 с.
- 2) Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. А.Д. Ковалёвой. — М.: Канон-Пресс-Ц, 2000. — 312 с.
- 3) Гидденс Э. Модерность и самоидентичность: Самость и общество в эпоху поздней модерности. — Cambridge: Polity Press, 1991. — 256 p.
- 4) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Т. 1. Возникновение сетевого общества. — Malden, MA: Blackwell, 1996. — 556 p.
- 5) Коулдри Н., Хепп А. Медиатизированное конструирование реальности. — Cambridge: Polity, 2017. — 256 p.
- 6) Теркл Ш. Жизнь на экране: Идентичность в эпоху интернета. — New York: Simon & Schuster, 1995. — 347 p.
- 7) Дженкинс Г. Конвергентная культура: столкновение старых и новых медиа. — New York: NYU Press, 2006. — 424 p.