

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Кандаш Арзы Серверовна

студентка

Кулишов Владимир Валентинович

канд. пед. наук, доцент, преподаватель

ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет»

г. Краснодар, Краснодарский край

КОНТРКУЛЬТУРА ХИПСТЕРОВ

КАК ФОРМА ПРОЯВЛЕНИЯ МАССОВОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ XXI ВЕКА

Аннотация: в данной статье авторами представлен анализ явления «хипстерства» в молодежной среде как аспект массовой потребительской культуры и психолого-педагогической профилактической деятельности по формированию культурно-эстетических предпочтений.

Ключевые слова: контркультура, хипстеры, массовая культура, массовая потребительская культура.

На протяжении конца XIX и всего XX веков зарубежные (Ф. Ницше, А. Шопенгауэр, В. Паретто, Г. Моска, Г. Лебон, Э. Фромм, Х. Ортеги-и-Гассет, Г. Маркузе и др.) и отечественные (Н.К. Михайловский, Н.А. Бердяев, А.А. Зиновьев, Я.И. Гилинский, Т.А. Хагуров, В.В. Кулишов и др.) социологи, философы, психологи и педагоги занимались выявлением и анализом культурных девиаций и личностных проблем современного массового общества. Последнее столетие характеризуется серьезными социокультурными формированиями, которые порождают нестабильность настоящего и будущего всего социума. Обновляющиеся ветви поколений несут в себе все более увеличивающиеся масштабы информатизации, массовости, потребления и манипулятивно-обменных взаимоотношений. Общество, находясь под «маской» кратких, но эффектных удовольствий перестает видеть глубинность и стремится к новым впечатлениям, утрачивая

единство прошлого, настоящего и будущего. В этом свете, подростки и молодежь оказываются в позиции избирателя, им приходится выбирать между тем, что популярно и тем, что оригинально в культуре конкретно их времени, считая традиции прошлых лет устаревшими.

Культура является своеобразным «отражателем» того, какими традициями и ценностями живет общество в определенный момент времени. Она является совокупностью этих самых ценностей, традиций, обычаев, мировоззрения и в первую очередь – образа жизни.

В современном обществе прослеживается снижение уровня высоконравственной и целостной культуры, данный период можно назвать ее кризисом. Обретая все большую массовость, компоненты культуры теряют свою индивидуальность.

Массовая культура имеет достаточную доступность и потому пользуется спросом. Продукты массовой культуры легко понимаются человеком. Ученые последних двух столетий отмечали негативные моменты явления массовой культуры, говоря о ее примитивности, развлекательности, стереотипности и конформности [1].

Мы будем рассматривать массовую культуру как совокупность примитивизованных массовых ценностей, гедонистической морали и потребительского мировоззрения.

По мнению Т.А. Хагурова ценностным стержнем массовой культуры является гедонизм, реализуемый в идеологии потребления. Культура потребления начала складываться в XX веке и формировать потребительский стиль жизни и образ мышления. Потребительская культура имеет отрицательные эффекты в межличностном плане, для нее актуальны расточительство и удовольствие, что ведет к духовной опустошенности общества [1]

Массовую потребительскую культуру мы понимаем как глобализованную культуру основанную на потребительских ориентирах.

Особенностями людей, которые являются представителями массовой потребительской культуры являются: стремление к обладанию, гедонистическая мораль, прагматичность, эгоистичность, утрата потребности в глубоких социальных связях, инфантильность, отсутствие критичности, ограниченность, отсутствие индивидуальности.

Контркультура – это образ жизни, который находится в разрыве или конфликте с общепринятыми нормами и ценностями.

Такая контркультура как хипстерство появилась в середине XX века. Она является на сегодняшний день последней контркультурой. По большей мере, хипстеры – это молодые люди, которые слушают специфичную альтернативную музыку (фрик-фолк, тви-поп или другими словами инди-рок, электронику), в стиле им присущ эклектизм, а в поведении непредсказуемость и индивидуализм. В данной контркультуре практически отсутствует наличие каких-либо ценностей или идеологии [2].

Представители хипстерства убеждены в своем вкусе относительно музыки, литературы и других произведений искусства. Но руководствуются они не индивидуальными вкусовыми ориентирами, а скорее принципом: «Я потребляю что-либо пока этот продукт не стал популярным (мейнстримом)». Хипстеры гордятся своей ложной индивидуальностью, по сути являясь культурно и духовно опустошенными.

На различных интернет-ресурсах в большом объеме присутствует информация о стереотипе человека-хипстера и о том, каким он должен быть в своем стиле и поведении. Представители данного течения являются частью популярной культуры, которая находится в зависимости от моды и определенных стереотипов, а не личностями с оригинальностью и креативностью.

Если оценивать данную контркультуру с позиции ценностного анализа, то можно утверждать о наличии потребительских ориентиров в их мировоззрении, то есть хипстер так же как человек-потребитель инфантилен, ограничен, в нем отсутствует его внутренняя индивидуальность, а критичность имеет ложный и показной характер, он утратил или не имел собственные нравственные установки

и отрицает общественные культурные нормы, называя их «мейнстримом», при этом не подозревает в себе качеств представителя массовой культуры.

На фоне распространения контркультур наряду с нарушением формирования собственных эстетических культурных предпочтений в массовой среде, также нарушается усвоение этнокультурных основ и ценностей. Следствием данного явления может стать разрушение связи между поколениями и внутринародных, внутрисемейных отношений и традиций.

В свете данного культурного дисбаланса важно сформировать психолого-педагогическую среду становления эстетического вкуса и этнической идентификации. Обеспечить это направление психолого-педагогической деятельности можно через проведение различных мероприятий по истории, музыке, мировой художественной культуре, а также внутриколлективных молодежных дискуссий организованных в виде деловых игр. Ключевым является поиск того, как заинтересовать молодых людей в том, чтобы они идентифицировались не только в общемировой среде, но и в своей семье и этносе, а также через осознанное критичное отношение формировали собственные предпочтения.

Список литературы

1. Хагуров Т.А. Человек потребляющий: проблемы девиантологического анализа – М.: Институт социологии РАН, 2006.
2. Чибисова О.В. Молодежные суб- и контркультуры / О.В. Чибисова // Вестник Бурятского государственного университета. – 2010. – №6. – С. 280–283.