



УДК 316.472.45

**СЛУХИ КАК ЭЛЕМЕНТ МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ****RUMORS AS PART OF A YOUTH SUBCULTURE****А.В. Шрубченко**  
**A.V. Shrubchenko**

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85  
Belgorod State National Research University, 85 Pobeda St, Belgorod, 308015, Russia*

*E-mail: shrubchenko@bsu.edu.ru*

*Аннотация.* Отмечая, что слухи в настоящее время постоянно сопровождают повседневную жизнедеятельность молодежи, оказывая на нее неоднозначное влияние. Для молодежного сознания характерна по преимуществу негативная оценка слухов. Наиболее типичным пространством их функционирования являются неформальная среда общения и трудовые ассоциации. В последнее время источником слухов все чаще становятся виртуальные социальные сети.

*Resume.* The article discusses the role of rumors in the youth subculture. In modern society there are many subcultures based on age or social circumstances. Of particular interest to us is youth subculture. In the last 15-20 years, the society and the youth, in particular, have experienced significant progress of communication technologies. Changes in the system of social communication lead to the actualization of the phenomenon of information such as rumors. Therefore, it is important to understand how young people imagine what the rumors, their role, how they can be used, what are the destructive and constructive consequences of their use. despite the ever-presence of rumors in the structure of the youth subculture, it can be argued that the attitude of youth towards them remains ambiguous and mostly negative. However, since the youth is growing utilitarian-practical perception of reality, it can be assumed that there is a possibility of increasing the role of gossip in interpersonal and intergroup communications.

*Ключевые слова:* слухи, молодежная субкультура, использование слухов, жизненная стратегия.  
*Key words:* rumors, youth subculture, the use of rumors, life strategy.

---

В современном обществе существует множество субкультур основанных на социальной или возрастной специфике. Например, молодежная субкультура, субкультура пенсионеров и людей пожилого возраста, субкультура среды инвалидов и т. п. [Флиер, 2000]. «Субкультуры понимаются как ценностные локальные миры, противостоящие базовой – «большой», «взрослой», «материнской» – культуре («социалистической», «либеральной», «христианской» и т.п.); индивидуальные и коллективные стереотипы поведения и деятельности, воплощенные в специфических знаково-символических манифестациях, социокодах, формах сознания и структурах личностной идентичности; подсистема стилей и стилового поведения; групповые формы культурных стандартов и специфических продуктов духовного производства (в том числе и масскультовского)» [Римская, 2011].

Особый интерес представляет молодежная субкультура, что определяется рядом присущих ей особенностей, таких как высокая чувствительность к изменениям внешней среды, массовое использование средств виртуального общения, восприимчивость к новым тенденциям развития коммуникации. В узком смысле молодежная субкультура – это культура, созданная самой молодежью. Вместе с тем сегодня молодежная субкультура выходит за рамки того, что создается молодежью, и включает в себя культуру, специально конструируемую для молодежи, включая ее массовый инвариант.

В течение последних 15-20 лет общество и молодежь, в частности, столкнулись со значительным прогрессом коммуникативных технологий. Развитие науки и техники, внедрение новых форм и способов передачи данных значительно увеличили скорость информационных потоков, а также привели к интенсификации массово-коммуникативного воздействия. Возросла общая численность транслируемых сообщений, вследствие чего сознание множества людей, в том числе и молодежи, испытывает «критическую перегрузку», не будучи способным справиться с информационным потоком.

В результате информационного давления происходят серьезные изменения и в социокультурной жизни общества. Меняется не только стиль жизни людей, но и их мировосприятие, ценности. Французский социолог А. Моль описал механизмы существования так называемой «мозаичной культуры». Этот тип духовной культуры возникает под воздействием



прогресса коммуникативных технологий и представляет собой неструктурированное «хранилище», мозаику различных сообщений в сознании индивида. Сегодня молодежь все чаще становится пассивным потребителем информации, проводя много часов подряд у телевизора, радио, находясь в сети Интернет, читая газеты, журналы. В последние годы к этому перечню добавились расширенные возможности компьютерной коммуникации и мобильной связи [Моль, 1973].

Изменения в системе социальных коммуникаций приводят к актуализации такого информационного феномена как слухи. Слухи циркулируют в различных социальных слоях, общностях и группах, в том числе и в молодежной среде. Как элемент неформальной коммуникации, они влияют на жизненный уклад молодежи, на формирование системы ценностей, которые, в свою очередь, оказывают на них обратное воздействие. Активно используются слухи в различных системах управления, в том числе и для манипуляции сознанием участников, особенно если они не сформировали четкой диспозиции в отношении слухов, что, в частности, типично для молодежи.

Поэтому важно понять насколько адекватно современные молодые люди представляют, что такое слухи, их роль, как их можно использовать, каковы деструктивные и конструктивные последствия их применения.

Мы попытались на основе эмпирических данных проанализировать, как воспринимаются слухи в молодежной среде. С этой целью был проведен пилотажный опрос (80 респондентов) представителей молодежи 37 регионов России в возрасте от 18 до 30 лет. Опрос был фактически экспертным, так как проводился на всероссийском молодежном форуме для молодых ученых и преподавателей, критерии отбора участников которого были достаточно высокими.

Что такое слухи, интуитивно, казалось бы, понимают все, но в действительности при определении этого понятия возникают трудности. В частности, нередко происходит отождествление слухов и сплетен, что, на первый взгляд, не типично для молодежи. Опрос показывает, что большинство (65%) считают понятие слух и сплетня различными по значению. Однако на практике молодые люди не могут объяснить, в чем же состоят различия. Поэтому и отношение к сплетням во многих случаях переносится на слухи. А оно, как правило, является негативным, что определяется самой сущностью сплетни, как «основанной на неточных или заведомо неверных сведениях» [Ожегов, 2008].

Слухи – понятие более широкое, чем сплетни. Существуют различные трактовки данного термина. В работах Л.С. Архиезера слухи выступают как постоянно действующая система интерпретации событий массовым сознанием и соответствии с исторически сложившимся менталитетом. Слухи в данном случае определяются как неофициальная форма связи в большом обществе, непрерывный процесс освоения событий в дуальной оппозиции: комфортное – дискомфортное состояние, тайный шепот широких масс, формирующий общую духовную атмосферу в обществе, против которой бессильны как система массовой информации, так и самые крайние методы массового террора [Андриянов, Левашов, Хлопьев, 1993].

Другое понимание этого феномена представлено в работах Т. Шибутани, который связывал функционирование слухов с развитием эффективной коммуникации. Слухи, по его мнению, есть дополнение неформальной сети «доверительных сообщений» [Шибутани, 2002]. Автор подчеркивает, что именно на базе социальных взаимоотношений, которые формируются на личной основе, создаются неформальные каналы коммуникации, и доверие, которым наделяются эти источники, основано на распространенном среди участников мнения относительно их честности и надежности. Такие каналы являются обычно вспомогательными, ибо когда «доверительная» информация противоречит официальным сообщениям, от нее обычно отмахиваются как от «слухов». В некоторых обстоятельствах, однако, такие незаконные новости могут даже вытеснять официальные сообщения.

Н. Смелзер связывает слухи с коллективным поведением, чаще всего стихийным и неорганизованным – в толпе (относительно большой группе людей, находящихся в непосредственном контакте друг с другом). При этом слухи представляются самым распространенным средством коммуникации. «Слухи придают значение ситуации, которую люди не понимают, и помогают им подготовиться к действиям» [Андриянов, Левашов, Хлопьев, 1993]. По Смелзеру, толпа и коммуникация через неофициальную информацию – главные элементы определения слухов. Такую же точку зрения отстаивает и С. К. Рощин [Рощин, 1990].

Слухи – форма распространения социально значимой информации в обществе, коллективе, группе. В отличие от официальной информации слухи, как правило, не обладают достаточной и надежной информационной основой – наличием установленных фактов, событий и т. п., рождаются в процессе межличностного общения, в ходе обмена информацией между людьми. Они выступают в форме суждений, оценок и прогнозов, для которых характерно наибольшее соответствие ожиданиям людей, причем порождаемых как их надеждами, так и страхом перед будущим. В основе возникновения слухов лежат социально-психологические и социокультурные особенности молодежи, предрасполагающие восприимчивость к слухам. Это, прежде всего, стремление к инновациям, эмоционально-чувственное восприятие жизни, высокая внушаемость части молодежи, их



неспособность самостоятельно и критически оценить правдоподобность и обоснованность информационного сообщения. Также подвержены слухам молодые люди, отличающиеся чрезмерным любопытством, прислушивающиеся к любому разговору, каким бы далеким он от них ни был.

Таким образом, феномен слухов весьма неоднозначен по своему содержанию и последствиям, но у значительной части молодых людей, фактически, сложилось стереотипное негативное представление о нем. Показательно, что, хотя относительное большинство опрошенных (44%) выразили нейтральное отношение к слухам, достаточно высока доля тех респондентов (38%), кто отнесся к ним однозначно негативно. Положительное отношение выразили лишь 10% респондентов.

На вопросы «прислушиваетесь ли вы к слухам», «пользуетесь ли Вы слухами» большинство опрошенных ответили «Иногда» (56% и 38% соответственно).

Таким образом, судя по всему, молодые люди воспринимают слухи и как элемент субкультурной коммуникации, и как конкретную технологию межличностного взаимодействия.

Среди опрошенных 23% пользуются слухами, 38% иногда прибегают к их использованию, 36% не применяют слухи в своей жизнедеятельности. Объясняя причины использования слухов, респонденты отметили их следующие возможности: анализ окружающей среды (17%); формирование собственного мнения (17%); оперативное получение информации (17%); управление общественным мнением, манипуляция (12%); получение правдивой информации (11%); формирование каналов общения, обсуждения проблем (11%). Таким образом, слухи рассматриваются и используются большей частью молодых людей в их инструментальном аспекте. Молодежь подходит к ним в основном с утилитарных позиций, что довольно адекватно отражает такую специфическую черту молодежной субкультуры как прагматическое отношение к реальности. Подтверждение тому можно найти в работе Н.О. Бурдеевой, которая отмечает, что «ценностные ориентации субкультурной молодежи зависимы от особенностей российского трансформационного процесса. Позитивным являются высокие позиции духовных ценностей. Тем не менее имеет место проявление прагматических, индивидуалистических ориентаций» [Бурдеева, 2006].

Опрос показал, что наиболее типичной средой распространения слухов для молодежи является среда неформального общения. Респонденты сталкиваются с ними преимущественно в компании друзей (42%), несколько реже на работе (36%). Это вполне традиционные сферы, но в последнее время происходит «мутация» слухов, их встраивание в элемент инновационных коммуникативных систем, к числу которых, едва ли не в первую очередь, относятся Интернет, сотовая связь.

Интернет-бытие стало органичным элементом молодежной субкультуры, и комплементарные ему феномены сознания интериоризируются молодыми людьми, обретая своеобразную легитимность. И если в середине 60-х годов прошлого века классик теории коммуникации Г. М. Маклюэн говорил о том, что «мир превращается в «глобальную деревню» благодаря влиянию телевидения, то сегодня такое высказывание еще более актуально, но уже благодаря принципиально новому коммуникационному каналу – интернету» [Писаревский, 2013]. Подобный процесс происходит и со слухами, поскольку они составляют один из важнейших механизмов функционирования социальных сетей, воспроизводящих в виртуальной среде атмосферу большой деревни. Американский социолог М. Кастельс отмечает, что «интернет – это не просто один из современных коммуникационных каналов, а одна из основ современного информационного общества и его организационная структура» [Писаревский, 2013]. И молодежь, будучи системно интегрированной в эту структуру, активно использует продуцируемые ею феномены в повседневной жизни. Это в полной мере относится к виртуальным слухам.

Не случайно 24% респондентов сталкиваются со слухами именно в сети Интернет. Следовательно, нарастает тенденция виртуализации слухов, последствия которой для молодежной культуры еще предстоит оценить исследователям. Существенно, что в виртуальных сетях слухи нередко создаются искусственно. И молодой человек, включаясь в процесс их трансляции, часто не осознает факта своего участия в реализации тех или иных социальных управленческих проектов, для которых слухи выступают как инструмент конфигурации общественного мнения, а в более широком смысле – молодежной субкультуры в целом.

Преимущественно прагматическое, в значительной мере очищенное от иллюзий, отношение молодых людей к слухам способствует тому, что они довольно реалистично оценивают данный феномен, выявляя в нем как негативные, так и позитивные аспекты. Оценивая процесс использования слухов, молодежь выделяет, в частности, такие деструктивные последствия: искажение информации (41%); создание помех в работе, дестабилизация коллектива (27%); существенные временные затраты на верификацию (13%).

К конструктивным последствиям слухов респонденты относят: возможность передачи актуальной информации с высокой скоростью (21%); наличие потенциала контроля и управления (8%); формирование общественного мнения (7%); создание дополнительного канала рекламы (5%). Молодые люди видят следующие преимущества слухов перед официальными сообщениями: скорость передачи (37%), доступность (31%), величина охватываемой аудитории (21%), актуальность (14%) и содержательность (11%).



Таким образом, несмотря на постоянно присутствие слухов в структуре молодежной субкультуры, можно утверждать, что отношение к молодежи к ним остается неоднозначным и по преимуществу негативным. Однако, поскольку в молодежной среде нарастает утилитарно-практическое восприятие действительности, можно предполагать, что существует возможность повышения роли слухов в межличностных и межгрупповых коммуникациях. Тем более, что этому будет активно способствовать виртуализация социального пространства и широкое использование манипулятивных технологий в управлении.

### Список литературы References

1. Андриянов В. И., Левашов В.К., Хлопьев А.Т. 1993. «Слухи» как социальный феномен. Социологические исследования. № 1. С. 82–88.  
Andriyanov V. I., Levashov V.K., Khlop'ev A.T. 1993. "Rumors" as a social phenomenon. Sotsiologicheskie issledovaniya. № 1. S. 82–88.
2. Бурдеева Н.О. 2006. Молодежная субкультура в Республике Адыгея: социологический анализ: дисс. канд.социол. наук. 02.00.06. – Майкоп. – С. 186.  
Burdeeva N.O. 2006 Youth subculture in the Republic of Adygea: sociological-ski analysis: Diss. candi-date.doctor. Sciences. 02.00.06. – Maikop, – S. 186.
3. Моль А. 1973. Социодинамика культуры. М.  
Mol A. 1973. Sociodynamics culture. M.
4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. 2008. Толковый словарь русского языка, Издательство: ИТИ Технологии, С.948.  
Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. 2008 dictionary of the Russian language, Statelist: ИТИ Technologies, P. 948.
5. Писаревский В.Г. 2013. Особенности православных интернет-сообществ в социальных сетях: анализ аудитории и контента: дисс. канд.соц. наук. 22.00.04. – М., С. 4  
Pisarevskiy V.G. 2013. Peculiarities of Orthodox Internet communities in the social-governmental networks: audience analysis and content: Diss. Cand.SOC. Sciences. 22.00.04. – M., P. 4
6. Римская О.Н. 2011. Феноменология субкультурных религий: дисс. канд.филос. наук. 09.00.14. – Тула, С. 44,45  
Rimskaya O.N. 2011. Phenomenology subcultural religions: thesis. Cand. Philosophy. Sciences. 09.00.14. – Tula, S. 44,45
7. Рощин С. К. 1990. Психология толпы: анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня // Психологический журнал. Т.11. – №5. – С. 3-16.  
Roshchin S. K. 1990. the psychology of the crowd: an analysis of past research and the problems of today // Psychological journal. T. 11. – No. 5. – S. 3-16.
8. Флиер А. Я. 2000. Культурология для культурологов. – М., С. 152, 153.  
Flier A. Ya. 2000. Cultural studies to cultural studies. – M., Pp. 152, 153.
9. Шибугани Т. 2002. Социальная психология – Р.н.Д.: Феникс, С. 539.  
Shibutani T. 2002. Social psychology – R. A. D.: Phoenix, S. 539.