

ВЛИЯНИЕ ХИППИ-КУЛЬТУРЫ НА СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

«Общество меняется настолько быстро, что взрослеющая молодежь приходит уже не в тот мир, к которому ее готовили в процессе социализации. Опыт старших не годится... Новое поколение ступает в пустоту» (Т. Б. Щепанская о концепции М. Мид). Цель статьи – выявить связь суждений в современной молодежной субкультуре с традициями субкультуры хиппи.

Выделены особенности духовной составляющей субкультуры хиппи: влияние идей восточной философии; эскапизм, выраженный в увлечении эзотерическими практиками и психоделическим роком; отрицание материальных ценностей и денег; отличительный внешний вид, использование сленга и постфольклора в повседневных практиках.

Проведен социологический опрос на базе платформы «Гугл формы» по ряду вопросов закрытого типа, выявляющих отношение респондентов к субкультуре хиппи. В выборку вошло 200 студентов МГЛУ в возрасте от 17 до 24 лет: девушки составили 90 % выборки.

Стремление к эскапизму. 42 % опрошенных отметили, что прибегают к применению эзотерических практик, 16 % занимаются йогой и/или медитациями, при этом атеистами и агностиками себя признают 71 % от общего количества респондентов.

Увлечение рок-музыкой: для 81 % респондентов основной характеристикой прослушивания современной музыки – это атмосферное погружение и уход от действительности. Популярность рок-музыки в выборке высока: 26 % отмечают его, как любимый, а 62 % слушают в числе прочих.

Отрицание материальных благ и денег: около трети опрошенных студентов занимается раздельным сбором отходов, предпочитает закупаться одеждой в «секонд-хендах», использует продукцию из вторсырья, 9 % респондентов входят в состав экологических организаций, что может указывать на некоторую тенденцию к осознанному потреблению благ в молодежной среде.

Внешний вид: 81 % респондентов определяют удобство главным качеством одежды, 54 % считают одежду средством самовыражения.

Постфольклор: 80 % респондентов рассматривают себя как потребителей, а 9 % респондентов – как авторов текстов.

Сленг: Более половины респондентов использует сленг (от 40 % опрошенных), что явно указывает на влияние хиппи-культуры на популяризацию молодежного сленга.

На основании анализа результатов проведенного социологического исследования можно сделать вывод о неоднозначном влиянии хиппи-субкультуры на аспекты современной молодежной субкультуры: половина респондентов отчасти поддерживает традиции субкультуры хиппи, а половина респондентов принимает новые взгляды, исследование которых планируется провести в дальнейшем.