

С.Н. ЩЕГЛОВА

"СВОЯ" КОМНАТА КАК АРТЕФАКТ МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

ЩЕГЛОВА Светлана Николаевна - доктор социологических наук, профессор кафедры социологии Московской гуманитарно-социальной академии.

Особым феноменом современной жизни горожан является комната людей молодежного возраста. Довольно часто молодые люди - единственные члены семьи, имеющие свои индивидуальные комнаты (спальня - для родителей-супругов, гостиная, кухня, ванная - для всех и т.п.). Своими действиями по обустройству комнаты молодой человек определяет границу между "своим" и "чужим", персонализирует пространство и превращает его в значимое, обладающее для него особым смыслом место. Комната становится артефактом молодежной субкультуры посредством именно этой деятельности [1]. Образ комнаты соотносится с представлениями о ее обитателе как представителе определенной социальной страты, носителя социальных установок, традиций. Любая индивидуальная комната сообщает некоторые сведения о ее хозяине. Этих сведений тем больше, чем больше хозяин проявляет деятельность в ней, они зависят от того, хочет ли хозяин репрезентировать себя через нее.

Общепризнанно, что молодежное сообщество отгораживается от других сообществ многими символическими границами пространства. Во внешнем облике - это предметы одежды, украшения, прически, особые пристрастия в музыке, видах досуга. Как проявляется все это, когда у молодого человека или девушки возникает возможность практического выстраивания границ на территории, обладающей реальными пространственными характеристиками, а именно в своей комнате? Для выяснения поставленного вопроса нами было предпринято исследование в среде молодых москвичей.

Как проходило исследование? Каждый из наших помощников (студентов 2-го курса факультета социальной работы и информационных систем Московской гуманитарно-социальной академии) получил задание провести изучение комнат ровесников, проживающих в квартирах с родительскими семьями и не имеющих собственных семей. Был применен метод "устной фотографии" [2]. Наблюдатели посетили друзей и знакомых, получили разрешение осмотреть их личные комнаты в обычном виде. По договоренности хозяева ничего специально не меняли перед осмотром.

Согласно инструкции, исследователи должны были зафиксировать дату, время и продолжительность проведения осмотра комнаты, ее общие параметры (площадь, форма, наличие лоджии, балкона, окон, ниш и т.п.), пол, возраст, род занятий хозяина или хозяйки. Осмотр проходил по следующей схеме: исследователь вставал лицом к входу в комнату, затем, двигаясь взглядом по часовой стрелке, внимательно рассматривал все элементы, предметы в комнате и тут же записывал все увиденное. Эти записи предполагали подробное свободное изложение информации. Разрешалось включать в текст комментарии хозяев. Исследователи не должны были давать собственные оценки, мнения по поводу убранств комнат, но, как мы и предполагали, в текстах встречаются довольно часто спонтанные эмоциональные высказывания и собственные размышления наблюдателей по поводу увиденного в комнатах. Проанализированы тексты с описанием 41 комнаты молодых москвичей по итогам проведенных в феврале 2001 г. "устных фотографий". Осмотрены и описаны комнаты 22-х девушек и 19-ти юношей в возрасте 18-23 лет. Качественный анализ полученной информации позволил зафиксировать маркеры молодежного стиля жизни, некоторые убеждения, наклонности и интересы не только хозяев комнат, но и самих молодых исследователей.

Исследование показало, что деятельность молодых горожан по обустройству своей комнаты определяется несколькими факторами: собственно реальным пространством (конфигурацией, площадью, наличием архитектурных элементов); социокультурными нормами (общества,

семьи, возрастной группы); ролью других людей и их осознанной и неосознанной деятельностью. Необходимо рассмотрение этих факторов во взаимосвязи друг с другом. При разных условиях они могут выступать как катализаторами, так и ограничителями деятельности по обустройству комнаты.

Анализ свидетельствует: как правило, для молодежи в семьях выделяются не самые большие в квартире комнаты (средняя площадь 13 кв. м); часть из них переходит "во владение" из детской или, например, после умерших бабушек и дедушек, переехавших старших братьев и сестер. Большинство обследованных комнат располагается в стандартных домах и не имеет особых архитектурных элементов. При небольших размерах комнат молодыми, тем не менее, созданы условия для реализации своих основных потребностей. Во всех комнатах есть необходимые бытовые вещи: место для сна (кровать, софа, диван или раскладушка), стол, стулья, шкаф для личных вещей. Обязательным атрибутом являются также книжный шкаф или полки для книг. Во многих случаях присутствует также компьютерный или письменный стол. Наличие компьютера, телевизора, музыкального центра, телефона позволяет молодым работать, отдыхать, общаться, не выходя за пределы своей территории. Зафиксированные в ходе описания комнат остатки еды и оборудование для ее приготовления свидетельствуют о том, что часть молодых людей предпочитает и питаться в своих комнатах.

Еще одной особенностью является мобильность, взаимозаменяемость и дополняемость предметов мебели в комнатах. Довольно часто роль рабочего стола в комнатах выполняет кровать, на которой выполняются учебные задания, в ногах укладываются стопки книг. В других случаях молодые люди отказываются от стандартного места для сна. *"Как такового места для сна у хозяина нет. Существует кресло-кровать, рядом с дверью слева, всегда в разложенном состоянии, однако, по заверению хозяина, он предпочитает спать в кресле за компьютерным столом"*.

Мы попробовали выделить своеобразные маркеры комнат молодых горожан - символические указания на стиль жизни: коммуникации, музыкальные вкусы, виды досуга. Главным маркером современной комнаты молодых москвичей, на наш взгляд, являются постеры, или плакаты. Их размер - не менее бумажного листа А4. Они располагаются на стенах, дверях, стенках шкафов и столов, висят на шторах и даже на люстре. Постеры находятся во всех описанных нами комнатах: у девушек - преимущественно актеры и актрисы (большинство играет в сериалах), музыкальные группы, животные, романтические пары, у юношей - музыкальные группы, компьютерная тематика, атлеты, культуристы, фотомодели, флаги на стенах (Россия и США). Количество постеров различно, самое большое - 24 зафиксировано у девушки-студентки 19-ти лет в комнате площадью 15 кв. м.

Вторым важным маркером является обязательное наличие в комнате какой-либо звукопроизводящей техники, а также аудиокассет, либо CD-дисков. Число аудиокассет - не менее 30 шт., собрание компакт-дисков - от 10 до 50 шт. Интересно, что если наблюдатель не обнаруживает в комнате эти предметы, то он считает необходимым дать пояснения, например: *"Музыку также слушает через компьютер, ему центр не нужен"*. Молодые исследователи акцентируют свое внимание и на музыкальных пристрастиях хозяев, часто сопровождая описание своими оценками: *"Музыка самая различная - от классики и рока до попмузыки, рэпа и прочего отстоя"*.

Другие маркеры носят специфическую тендерную окраску. У девушек в комнатах обязательны мягкие игрушки (до 100 шт.), предметы рукоделия (чаще всего фенечки), довольно часто животные и домашние растения. У юношей - коллекции (пивных и других банок, машин, пачек сигарет, солдатиков, монет и т.п.). Только у юношей практически обязательным атрибутом являются выставленные на видном месте награды за спортивные и иные достижения (грамоты, призы), даже если получены они были довольно давно, например, на соревнованиях в пионерлагере. У одного из хозяев-юношей на видном, доступном месте лежат письма от друзей из армии - *"как символ настоящей мужской дружбы"*.

Косметика и парфюмерия не являются атрибутами лишь девичьей комнаты, как это принято считать традиционно. На видном месте в комнатах юношей - парфюмерия известных фирм, мужские дезодоранты, кремы.

Спортивные принадлежности имеются во многих комнатах: у 70% юношей - гантели, гири, дартс, мячи, теннисные ракетки, скейты, ролики, перекладины, лыжи и др., у девушек - лишь в 7 случаях (менее трети) замечены гантели и велотренажеры.

В каждой комнате имеются книги, их количество составляет от нескольких десятков до нескольких сотен. У всех - учебники, классическая литература по школьной программе. По сло-

вам наблюдателей, до 50% составляют книги, *"которые навязаны родителями"*, *"все то, что не уместилось в родительской"*. У девушек также любовные романы, у юношей - детективы, фантастика, фэнтези, философия. Один из наблюдателей в качестве иллюстрации авторов привел ряд: *"Пелевин, Стругацкие, Пушкин"*, который, на наш взгляд, достаточно точно и кратко отражает общую картину на книжных полках. В комментариях молодых исследователей указывается, что сегодня "чаще всего" читаемыми молодежью являются справочная литература и периодика. У юношей в комнатах журналы: "Мото", "Авторевю", "За рулем", "МК-бульвар", "Men's Health" и *"компьютерные"*. У девушек популярностью пользуются "Cosmopolitan", "Shape", "Домовой", "Она", "Идеи для дома", "Вояж", "Лиза". Только в комнатах у юношей имелись газеты: "Советский спорт", "МК".

В результате конструкторской деятельности хозяина/хозяйки комната приобретает некоторые особенности, позволяющие ей "коммуницировать", "общаться" с хозяином и его окружением. Основная форма общения - несловесная, эмоциональная. Во всех без исключения комнатах на видных местах выставлены фото или лежат фотоальбомы с фотографиями хозяев, их друзей и любимых животных. В нескольких случаях замечены фотографии родителей. О религиозности хозяев гостям сообщают иконы у каждой пятой девушки; у трех юношей - четки и деревянные кресты.

Однако в комнатах мы находим и прямые формы словесной коммуникации: зеркало с пожеланиями, написанными губной помадой, кельтский орнамент на зеркале, также нанесенный губной помадой, надписи на дверях (*"Закрывайте дверь, please, приходите еще"*). У трети хозяев-юношей в комнатах имеются телефоны, лишь две комнаты девушек не телефонизированы.

Наши исследования фиксируют не только внешний вид комнат, но и дух времени, а именно то, что, по-видимому, компьютеризация домашних хозяйств в городах России происходит в основном через молодое поколение. Первое исследование, проведенное в 1996 г., констатировало наличие компьютеров лишь в комнатах у юношей [3]. Сегодня у каждой пятой девушки в комнате есть ПК. Освоение новых технологий продолжает происходить в мужской среде опережающими темпами: из обследованных 19 комнат юношей лишь в двух нет компьютера. Последний становится своеобразным ядром комнаты и жизни в ней. Довольно часто описания комнат содержат указания на то, что компьютер находится в рабочем состоянии большую часть суток. *"Компьютер является ЦУ (центром управления) всей комнаты"*. *"Телевизор, телефон, радио - все это и еще многое другое заменяет компьютер, подключенный к Интернету. Хозяин сказал, что любит, просыпаясь из-за шушаря принтера, получить распечатки последних новостей или очередные страницы недочитанной книги"*. Это влияние распространяется и на другие, не компьютеризированные сферы жизнедеятельности молодежи. Так, среди коллекций появляются *"коллекции убитых компьютерных дисков"*. У одного хозяина-юзера есть такса по имени CD-ROM. *"Поначалу ее звали просто Ром в честь любимого пиратского напитка, но своеобразие и непоседливость собаки, а также достижения науки и техники сыграли здесь свою формирующую роль" (CD - сиди)*.

Какова роль взрослых членов семьи в обустройстве исследованных комнат? Большинство предметов мебели куплено и расставлено родителями, специально для этих комнат почти ничего не покупается. Исключением из этого положения является всевозможная техника. Родители вторгаются в мир молодых, предпринимают попытки оформить комнату по своему разумению и разместить в ней какие-то семейные вещи. Особенное недовольство у молодых вызывают ковры, занавески, посуда (сервизы и вазы), картины на стенах, приданое в шкафах. Молодые стремятся обозначить зону независимости в комнате, что, по нашему мнению, часто выражается через внешний беспорядок. Почти каждый наблюдатель отмечает отсутствие порядка, чистоты, разбросанные вещи. Молодые исследователи подчеркивают привычность, типичность подобной ситуации: *"Кого-то такой интерьер может повергнуть в ужас, но лично я чувствую себя свободно и комфортно"*.

Об отгораживании от мира взрослых и постепенном приобретении новой степени самостоятельности можно судить по некоторым латентным признакам. Так, нами зафиксировано, что только в комнатах молодежи старше 19-ти лет открыто выставаются пепельницы, лежат сигареты и зажигалки. Молодежь активно курит и в более юном возрасте [4], но, вероятно, после определенного возрастного рубежа молодые получают или завоевывают право открыто демонстрировать это в своем жилище.

Исследование стало успешным только благодаря включению в него в качестве наблюдателей самих молодых людей. Они смогли описать приватную сторону жизни своих ровесников, закрытую для взрослого социолога. Контекст собранной ими информации также полон символов

и латентных переменных, не все из которых мы сами смогли объяснить. Так, например, не совсем ясно, почему особенно дотошно во всех текстах выписывались названия, марки, часто год выпуска и даже технические характеристики компьютерной техники и музыкальных центров. Все наблюдатели, независимо от их пола, при описании места для сна акцентировали внимание на том, односпальные ли это или двухспальные диван, кровать и т.д.

В заключение следует подчеркнуть, что комната как социальное пространство полна текстов, смыслов и символов, содержащих информацию культурного, экономического и иного характера. Собственная комната является, несомненно, одним из инструментов социализации молодого человека, приобретения им особой роли конструктора социального пространства, а также новой роли хозяина реальной территории. Родители лишь в некоторой степени ограничивают деятельность молодых по обустройству своей территории. Основное влияние на дизайн и функциональность комнаты оказывают социокультурные нормы молодежной возрастной группы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Ковалева А.И., Луков В.А.* Социология молодежи. Теоретические вопросы. М.: Социум, 1998. С. 172-173.
2. Метод "устной фотографии" может быть, на наш взгляд, отнесен к визуальной социологии. О визуальной социологии см.: *Семенова В.В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М.: Добросвет, 1998. С. 112-115.
3. *Щеглова С.Н.* Права детей и дети о правах. Социологический анализ. М.: Социум, 1998. С. 59.
4. По данным исследования "Молодежь-2001" (проведено кафедрой социологии МГСА в феврале 2001 г. в 9 регионах России и Белоруссии; рук. А.И. Ковалева, В.А. Луков, С.Н. Щеглова. Выборка - многоступенчатая, квотная, гнездовая. $N = 2186$, из них по России - 1838), курят 37,5% всех респондентов 17-25 лет.