

Социальные практики развлечений молодежи в ночном клубе

С. С. ШУГАЛЬСКИЙ

(МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)

В статье рассматриваются развлечения молодежи в ночных клубах с точки зрения составляющих их социальных практик. Описаны процессы формирования, освоения и реализации молодежью данных социальных практик.

Ключевые слова: социальные практики, молодежь, ночные клубы.

Ночные клубы, несмотря на почти полувековую историю своего развития, до сих пор остаются противоречивым объектом социологических и в целом научных исследований. Общественное мнение также неоднозначно относится к данному феномену. С одной стороны, ночные клубы предстают в качестве новой и необычной социальной среды, направленной на самовыражение молодежи. С другой стороны, они представляются девиантной формой развлечения, связанного с пьянством, употреблением наркотиков и распространением случайных половых связей.

Тем не менее ночной клуб представляется одним из значимых социокультурных феноменов, оказывающих непосредственное влияние на молодежь и сферу ее развлечений. Стабильная популярность этого вида развлечения уже в нескольких поколениях российской молодежи подчеркивает важность данного исследования. В фокусе нашего анализа находятся не субкультурные или девиантные практики развлечений молодежи в ночных клубах, а социальные практики, свойственные обычной молодежи, доступные для освоения в повседневности. Рассматривая ночной клуб с точки зрения социальных практик, мы получаем возможность расширить социологические знания относительно его места и выполняемых функций в социокультурном пространстве, а также в структуре развлечений молодежи.

Подходы к рассмотрению ночных клубов с точки зрения социальных практик позаимствованы из работ П. Бурдые (Бурдые, 1994), Э. Гидденса (Гидденс, 2003), И. Гофмана (Гофман, 2004), а также из теории социального действия М. Вебера (Вебер, 1990) и Т. Пар-

сонса (Парсонс, 2000), которые заложили основу для развития и социологической интерпретации категории социальной практики как совокупности социальных действий индивидов.

В общих чертах ночной клуб можно определить как общественное, коммерческое заведение, формально представляющее собой «гибрид» дискотеки и бара, осуществляющий свою деятельность в сфере досуга и развлечений, которая заключается в организации вечеринок. Обычно ночные клубы сконцентрированы в центральной части городов и работают по выходным с 22–23 и до 6–7 часов утра (Джексон, 2005: 3–4; Ильин, 2007: 265; Ожегов, Шведова, 2008: 271).

Если рассматривать ночной клуб как своеобразную коммуникативную площадку для молодежи, то он приобретает социологическое значение. В этом аспекте можно отметить, что ночной клуб — это институциональное локализованное социокультурное пространство, относящееся к сфере массовой культуры, ориентированное на молодежь и сформированное на основе ее музыкальных интересов и предпочтений (Пилкингтон, 2004: 211; Джексон, 2005: 41, 43, 50; Омельченко, 2000: 206; Омельченко, 2004а: 123–124).

Ночные клубы, являясь, по определению В. И. Ильина, «четко позиционированной нишей в социальной структуре» (Ильин, 2007: 272), подвержены социальной дифференциации. В зависимости от этого создается формат клуба: ценовая политика, интерьер, музыка, меню, карта бара и т. д. (Смирнов, 2002: Электр. ресурс). Поэтому особенности социальных практик развлечений, с одной стороны, зависят от вышеперечисленных факто-

ров, а с другой — от традиций, неформальных правил, особых знаков и символов, поведения, внешнего вида аудитории, привнесенных в пространство клуба посетителями.

Организаторы стремятся создавать и поддерживать в ночном клубе особую атмосферу праздника, доброжелательности, раскрепощенного общения с друзьями и малознакомыми людьми (там же). С этой же целью в ночных клубах часто применяется фейсконтроль¹ и дресс-код² для отсеивания нежелательных посетителей. В результате создается особая атмосфера клубного отдыха, которая, с одной стороны, способствует формированию и реализации соответствующих социальных практик развлечений, а с другой — сама воспроизводится в процессе их реализации (Абдрехимова, 2007: 116; Ильин, 2007: 283). Это классическое соотношение практического акта и его контекста (Вахштайн, 2008: 86–87).

Особая атмосфера — это продукт эмоциональных переживаний, возникающих при реализации социальных практик. Соответственно, если социальные практики в сфере развлечений, и в частности в ночных клубах, состоят в групповом (коллективном) воспроизводстве движений и звуков, характерных для конкретного развлечения, то акторы могут вновь испытать общие эмоции и переживания, что интерпретируется ими и наблюдателями как развлечение. Однако известно, «чем дольше люди и сообщества интерпретируют практики, тем больше их интерпретации и верования удаляются от исходной цели разыгрываемых практик» (Роулз, 2005: 11). Все это ведет к тому, что современные ночные клубы и развлечения в них с расширением аудитории все больше отдаляются от первоначальных целей разыгрывания соответствующих социальных практик, которые заключались в поиске нового социального опыта (Джексон, 2005: 113; Омельченко, 2004а: 143–144). В то же время эмоции акторов остаются неизменными, и современная молодежь испытывает те же переживания, что и молодые люди на заре клубного движения.

Исследователи отмечают, что изначальной причиной популярности ночных клубов была

потребность нового социального опыта, откровенного в уникальном сочетании музыки, танца, наркотиков и общения. Ф. Джексон в этой связи пишет следующее: «На заре рейв- и клубной культуры такой социальный опыт и дионисийский размах самих вечеринок явились подлинным откровением, дав начало идеалистическим и даже утопическим фантазиям. К середине девяностых годов эти мечты приняли более прагматичный характер, а клуббинг в итоге начал рассматриваться всего лишь как вариант интенсивного отдыха» (Джексон, 2005: 113).

Современная молодежь уже не ищет в социальности ночного клуба ответов на свои проблемы. Ночные клубы, став популярными и начав приносить владельцам прибыль, стали частью массовой культуры. Но именно в поиске определенных эмоций и переживаний современная молодежь считает дни до выходных, чтобы провести всю ночь в необычной атмосфере ночного клуба.

В современных социокультурных условиях процесс освоения практик развлечений упрощается благодаря тому, что массовая культура распространяет «наглядные пособия» поведения, соответствующие конкретным видам развлечений (Омельченко, 2003: 149; Омельченко, 2004а: 143–144). Из этого можно сделать вывод, что процесс освоения соответствующих социальных практик развлечений начинается еще до первого посещения ночного клуба. Массовая культура, воплощенная в социокультурной среде, предлагает готовый рецепт молодежных развлечений. Соответствующие социальные практики и сопутствующие им идеи новой общности в формате ночного клуба транслируются в основном через средства массовой информации. Уже на заре клубной индустрии в России молодежные журналы «Птюч» и «ОМ» много писали о танцевальной и клубной культуре, электронной музыке глобального, национального и локального масштаба (Флинн, Старкова, 2004: 69). Так происходило со всеми молодежными развлечениями, эпатажные находки которых были массово растиражированы индустрией молодежной моды (Омельченко, 2004а: 143–144). Что же касается формирования в России со-

циальных практик развлечений в ночных клубах, то они во многом скопированы с Запада. А. Чешкова так характеризует этот процесс: «Заимствуются существующие культурные образцы, но при отсутствии времени на ассимиляцию их внутреннего, «идеологического» содержания осваивается только внешняя, репрезентационная их составляющая» (Чешкова, 2000: 35). «В отличие от западных, российские клуберы говорили не о растворении и «слиянии с толпой», «интенсивности чувственных контактов», а о комфорте и домашнем уюте; клуб был для них «вторым домом», местом, где люди и место сливаются в живой и непосредственной коммуникации...» — развивает тему Е. А. Омельченко (Омельченко, 2004b: 56).

На освоение социальных практик развлечений в ночных клубах также влияют преследуемые цели и желания, возраст и наличие семьи, удаленность и доступность ночных клубов, самоидентификация, социокультурный капитал индивида (его включенность в соответствующую социокультурную среду), физические и материальные возможности, наличие информации (СМИ, реклама, светская хроника, примеры западной практики развлечений), референтная группа, а также такие субъективные факторы, как личный интерес и опыт посещения ночных клубов (Зоркая, 2008: 15; Горшков, Шереги, 2010: 194; Омельченко, 2008: 107).

Вслед за освоением начинается процесс реализации социальных практик. Молодежь стремится охватить как можно больший спектр доступных в клубе развлечений, а клубы, в свою очередь, создают необходимые условия для реализации соответствующих социальных практик. То, насколько гармонично сочетаются социальные практики развлечений аудитории и возможности их реализации в ночном клубе, объясняет, почему одни заведения всегда полны народу, другим не помогает даже активная реклама и скидки. Добавим также, что социальные практики развлечений молодежи в ночных клубах выходят за пределы этих клубов. Более того, данные социальные практики могут проявляться не только в сфере развлечений. Освоенные модели поведения постепенно переносятся в обычную

жизнь, вплетаются в социальные практики повседневной жизни, выражаясь в первую очередь в новых элементах общения и взаимодействия молодежи (Джексон, 2005: 247).

Типичную структуру социальных практик развлечений молодежи в формате современного ночного клуба составляют практики общения и случайных знакомств (в том числе ради секса); практики танцев, прослушивания музыки и просмотра шоу-программ; практики употребления алкоголя и других стимуляторов; особые социальные практики развлечений, демонстрируемые через выбор одежды (образа), поведения в клубе, потребительские предубеждения, телесные модификации (Абдрахимова, 2007: 116; Джексон, 2005: 95, 191, 194, 294; Звоновский, Луцева, 2002: 64; Омельченко, 2004а: 145, 159). Одни из них характерны только для ночных клубов, другие присущи и иным видам молодежных развлечений. Однако между представленными практиками существует симбиотическая связь, выстраивающая новые, не свойственные ничему более отношения — «отношения между телом и сознанием» (Джексон, 2005: 13). Чередуя разнообразные социальные практики, можно принимать как активное участие в развлечениях, так и стать простым наблюдателем, получая удовольствие от созерцания происходящего. Отметим также, что социальные практики развлечений молодежи в ночных клубах связаны с обслуживающей функцией профессионалов, организующих деятельность заведения. Как и практики, свойственные другим видам развлечений, практики развлечений молодежи в ночных клубах могут преобладать, гармонично сочетаться, либо полностью отсутствовать в повседневной жизни конкретного молодого человека. В общей массе молодежь «использует их именно для поиска периодических праздников, понимая, что часто повторяющийся праздник превращается в утомительные будни», — подчеркивает В. И. Ильин (Ильин, 2007: 300).

Таким образом, с точки зрения социальных практик ночной клуб представляет собой, во-первых, физическое пространство — время и место, в котором реализуются специфические социальные практики развлечений. Во-

вторых, он обладает предпосылками, определяющими процессы формирования, освоения и воспроизводства соответствующих социальных практик.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Фейсконтроль (от англ. face — лицо и control — проверка) — проверка на входе внешнего вида посетителей, чтобы не допустить случайных людей, одетых не по соответствующим правилам внешнего вида посетителей ночного клуба. Данная мера позволяет собирать в заведении людей, близких по духу, мировоззрению, уровню достатка и т. д. Чем строже фейсконтроль, тем выше оценивается как сам клуб, так и те, кто смог в него попасть (Ильин, 2007: 41).

² Дресс-код (от англ. dress code — кодекс одежды) — определенная форма одежды, требуемая от посетителей при посещении определенных мероприятий или конкретного ночного клуба (Ильин, 2007: 41).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Абрехимова, А. (2007) Петербургские диджей-бары как объект социологического анализа // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. 10. № 1. С. 114–121.
- Бурдые, П. (1994) Начала. Choses dites / пер. с фр. Н. А. Шматко. М.: Socio-Logos.
- Вахштайн, В. С. (2008) «Практика» vs «фрейм»: альтернативные проекты исследования повседневного мира // Социологическое обозрение. Т. 7. № 1. С. 65–95.
- Вебер, М. (1990) Основные социологические понятия / пер. с нем. М. И. Левиной // Избр. произведения. М.: Прогресс. С. 602–644.
- Гидденс, Э. (2003) Устроение общества: Очерк теории структуризации. М.: Академический проект.
- Горшков, М. К., Шереги, Ф. Э. (2010) Молодежь России: социологический портрет. М.: ЦСПиМ.
- Гофман, И. (2004) Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта / пер. с англ. Р. Е. Бумагина, Ю. А. Данилова, А. Д. Ковалева, О. А. Оберемко; под ред. Г. С. Батыгина, Л. А. Козловой. М.: Институт социологии РАН; ФОМ.
- Джексон, Ф. (2005) Клубная культура / пер. с англ. М. Леоновича, О. Турухиной. Екатеринбург: У-Фактория.
- Звоновский, В. Б., Луцева, С. Ю. (2002) Досуговые предпочтения молодежи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 5 (61). С. 59–66.
- Зоркая, Н. А. (2008) Современная молодежь: к проблеме «дефектной» социализации // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. Т. 96. № 4. С. 8–22.
- Ильин, В. И. (2007) Быт и бытие молодежи российского мегаполиса: социальная структуризация повседневности общества потребления. СПб.: Интерсоцис.
- Ожегов, С. И., Шведова, Н. Ю. (2008) Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп. М.: ИТИ Технологии.
- Омельченко, Е. Л. (2000) Молодежные культуры и субкультуры. М.: Институт социологии РАН.
- Омельченко, Е. Л. (2003) Культурные практики и стили жизни российской молодежи в конце XX века // Рубеж: альманах социальных исследований. № 18. С. 145–166.
- Омельченко, Е. Л. (2004а) Молодежь: Открытый вопрос. Ульяновск: Симбирская книга.
- Омельченко, Е. Л. (2004б) Субкультуры и культурные стратегии на молодежной сцене конца XX века: кто кого? // Неприкосновенный запас. № 36. С. 53–61.
- Омельченко, Е. Л. (2008) Поколение Text: новые имена молодежной культуры // Рекламные идеи. № 2. С. 106–111.
- Парсонс, Т. (2000) Структура социального действия // Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический проект. С. 18–143.
- Пилкингтон, Х. (2004) Переосмысление «Запада»: стиль и музыка в культурной практике российской молодежи // Глядя на Запад: Культурная глобализация и российские молодежные культуры / пер. с англ. О. Оберемко, У. Блюдиной. СПб.: Алетейя. С. 186–224.
- Роулз, Э. (2005) Дюркгеймовская трактовка практики: альтернатива конкретных практик и представлений как оснований разума // Социологическое обозрение. Т. 4. № 1. С. 3–30.
- Смирнов, Е. (2002) Маркетинговое исследование «Современная клубная культура. Общие тенденции» [Электр. ресурс] // Клабъ Zone. URL: www.clubkomi.narod.ru/texts/syktclub1.htm (дата обращения: 12.12.2012).
- Флинн, М., Старкова, Е. (2004) Образы Запада в молодежных медиа // Глядя на Запад: Культурная глобализация и российские молодежные культуры / пер. с англ. О. Оберемко, У. Блюдиной. СПб.: Алетейя. С. 68–94.
- Чешкова, А. Ф. (2000) Методологические подходы к изучению городской пространственной сегрегации // Российское городское простран-

во: попытка осмысления / под ред. В. Вагина. Сер. «Научные доклады». № 116. М. : МОНФ. С. 13–38.

THE SOCIAL PRACTICES OF YOUTH ENTERTAINMENT IN NIGHT CLUB

S. S. Shugalskiy

(Moscow University for the Humanities)

The article examines youth entertainment in night clubs in the context of the social practices it consists of. The author describes the processes of these social practices' formation, development and realization by young people.

Keywords: social practices, youth, night clubs.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATION)

Abdrekhimova, A. (2007) Peterburgskie di-dzhebary kak ob'ekt sotsiologicheskogo analiza // Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii. T. 10. № 1. S. 114–121.

Burd'e, P. (1994) Nachala. Choses dites / per. s fr. N. A. Shmatko. M. : Socio-Logos.

Vakhshain, V. S. (2008) «Praktika» vs «freim»: al'ternativnye proekty issledovaniia povsednevnogo mira // Sotsiologicheskoe obozrenie. T. 7. № 1. S. 65–95.

Veber, M. (1990) Osnovnye sotsiologicheskie poniatii / per. s nem. M. I. Levinoi // Veber M. Izbr. proizvedeniia. M. : Progress. S. 602–644.

Giddens, E. (2003) Ustroenie obshchestva: Ocherk teorii strukturatsii. M. : Akademicheskii projekt.

Gorshkov, M. K., Sheregi, F. E. (2010) Molodezh' Rossii: sotsiologicheskii portret. M. : TsSPiM.

Gofman, I. (2004) Analiz freimov: Esse ob organizatsii povsednevnogo opyta / per. s angl. R. E. Bumagina, Iu. A. Danilova, A. D. Kovaleva, O. A. Oberemko ; pod red. G. S. Batygina, L. A. Kozlovoi. M. : Institut sotsiologii RAN ; FOM.

Dzhekson, F. (2005) Klubnaia kul'tura / per. s angl. M. Leonovicha, O. Turukhinoin. Ekaterinburg : U-Faktoriia.

Zvonovskii, V. B., Lutseva, S. Iu. (2002) Dosugovye predpochteniia molodezhi // Monitoring obshchestvennogo mneniia: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny. № 5 (61). S. 59–66.

Zorkaia, N. A. (2008) Sovremennaia molodezh': k probleme «defektnoi» sotsializatsii // Vestnik obshchestvennogo mneniia : Dannye. Analiz. Diskussii. T. 96. № 4. S. 8–22.

Il'in, V. I. (2007) Byt i bytie molodezhi rossiiskogo megapolisa: sotsial'naia strukturatsiia povsednevnosti obshchestva potrebleniia. SPb. : Inter-sotsis.

Ozhegov, S. I., Shvedova, N. Iu. (2008) Tolkovyi slovar' russkogo iazyka. 4-e izd., dop. M. : ITI Tekhnologii.

Omel'chenko, E. L. (2000) Molodezhnye kul'tury i subkul'tury. M. : Institut sotsiologii RAN.

Omel'chenko, E. L. (2003) Kul'turnye praktiki i stili zhizni rossiiskoi molodezhi v kontse XX veka // Rubezh : al'manakh sotsial'nykh issledovani. № 18. S. 145–166.

Omel'chenko, E. L. (2004a) Molodezh': Otkrytyi vopros. Ul'ianovsk : Simbirskaiia kniga.

Omel'chenko, E. L. (2004b) Subkul'tury i kul'turnye strategii na molodezhnoi stsene kontsa XX veka: kto kogo? // Neprikosnovennyi zapas. № 36. S. 53–61.

Omel'chenko, E. L. (2008) Pokolenie Text: novye imena molodezhnoi kul'tury // Reklamnye idei. № 2. S. 106–111.

Parsons, T. (2000) Struktura sotsial'nogo deistviia // Parsons T. O strukture sotsial'nogo deistviia. M. : Akademicheskii projekt. S. 18–143.

Pilkington, Kh. (2004) Pereosmyslenie «Zapada»: stil' i muzyka v kul'turnoi praktike rossiiskoi molodezhi // Gliadia na Zapad: Kul'turnaia globalizatsiia i rossiiskie molodezhnye kul'tury / per. s angl. O. Oberemko, U. Bliudinoi. SPb. : Aleteiia. S. 186–224.

Roulz, E. (2005) Diurkgeimovskaia traktovka praktiki: al'ternativa konkretnykh praktik i predstavlenii kak osnovanii razuma // Sotsiologicheskoe obozrenie. T. 4. № 1. S. 3–30.

Smirnov, E. (2002) Marketingovoe issledovanie «Sovremennaia klubnaia kul'tura. Obshchie tendentsii» [Elektr. resurs] // Klab' Zone. URL: www.clubkomi.narod.ru/texts/syktclub1.htm (data obrashcheniia: 12.12.2012).

Flinn, M., Starkova, E. (2004) Obrazy Zapada v molodezhnykh media // Gliadia na Zapad: Kul'turnaia globalizatsiia i rossiiskie molodezhnye kul'tury / per. s angl. O. Oberemko, U. Bliudinoi. SPb. : Aleteiia. S. 68–94.

Cheshkova, A. F. (2000) Metodologicheskie podkhody k izucheniiu gorodskoi prostranstvennoi segregatsii // Rossiiskoe gorodskoe prostranstvo: попытка осмысления / под ред. V. Vagina. Ser. «Nauchnye doklady». № 116. M. : MONF. S. 13–38.