

## ЮВЕНИЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА: КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

*Рассматривается явление ювенилизации, определяемой как омоложение моделей поведения в обществе. Характеризуется одно из его проявлений: кидалты – взрослые, идентифицирующие себя с детскими практиками. Приведены два возможных теоретических подхода к исследованию ювенилизации. Первый рассматривает ювенилизацию как потребительскую стратегию, объясняя её с точки зрения теорий М. Фуко и Н. Элиаса. Он позволяет рассмотреть в ювенилизации специфический вариант престижного потребления, в котором человек пытается отнести себя к некоей социальной группе. Второй подход рассматривает ювенилизацию как средство формирования идентичности, согласно теориям Э. Баумана и И. Гофмана. Здесь ювенилизация становится стратегией поведения, направленной на создание некоторого собственного образа, с которым индивид пытается связать свои повседневные практики.*

**Ключевые слова:**

*антропология возраста, идентичность, кидалт, престижное потребление, этос, этика, ювенилизация.*

Отдельное явление в рамках научного познания можно исследовать с помощью разных научных концепций. Концепции определяют выбор терминов и способов исследования. Исходя из них, учёные конструируют гипотезы, затем оправдывая или опровергая их в своих работах. Выбрав концепцию, исследователь принимает язык, взгляд на ситуацию, особые акценты в исследованиях.

В данной публикации я бы хотел заострить внимание на опыте поиска исследовательской концепции для культурологического исследования и рассмотреть возможные интерпретации одного явления, мало изученного в российской научной литературе, – ювенилизации. Его самое яркое проявление – кидалт (kidult, от английского kid – ребенок и adult – взрослый). Дискуссия вокруг ювенилизации уже далеко не нова. Она актуальна в сфере изучения возрастных моделей поведения. Это достаточно старая тема исследований психологов; и специалистов по антропологии возраста [4, с. 42]. Ювенилизация актуальна в связи с проблемой дискриминации по возрастному принципу, или эйджизма (ageism). В данном контексте ситуация аналогична сексизму или расизму [11, с. 115]: люди определённых возрастов имеют в некоторых ситуациях ограниченные права, хотя на уровне конституционного законодательства все равны.

Цель данного исследования – описать, как можно рассмотреть ювенилизацию в рамках различных научных подходов. Эта цель будет достигнута после выполнения трёх основных задач: пояснения используемых терминов и изучаемого явления, ана-

лиза разных теоретических подходов и интерпретации данного явления с помощью каждого из них. Остановимся на двух гипотезах, которые будут представлены ниже.

**Современное состояние исследований по ювенилизации.** Ювенилизация означает омоложение поведенческих стратегий индивида, осуществляемое путём включения в них моделей поведения, конвенционально признанных присущими более молодым людям. То есть, ювенилизация означает любой «сдвиг» поведенческих стратегий к образцам, свойственным более молодым поколениям. Она не заключается только в том, что люди старшего возраста начинают одеваться похоже на молодёжь или бороться с биологическими признаками старения. Это ещё и проявления старшими социальных практик, присущих молодёжи. Ювенилизация предусматривает разные заимствование старшими людьми практик не только молодых людей, но и детей и подростков.

Одним из основных проявлений ювенилизации в России можно считать то, что строгая зависимость моделей поведения от возраста, присущая традиционным культурам [4, с. 128], исчезает. Границы между возрастными группами также становятся менее чёткими, и взрослые, дети и пожилые люди перенимают друг у друга различные модели поведения. И современные исследователи российских молодёжных движений, к примеру, говорят уже не о молодёжи, но среде «молодых взрослых», в которой сосуществует множество солидарностей – аналогов субкультур [7, с. 483], физиологические возрастные рамки которой не определены.

Ювенилизация изучается в рамках различных дисциплин. В частности, термин нередко упоминается в обсуждениях кризиса среднего возраста. Это понятие было введено Э. Жаке (E. Jacques) [13, с. 44.] в шестидесятых годах. В психологии это направление не потеряло актуальности и по сей день, о чём свидетельствует масса публикаций, например, на сайте издания «Psychology Today»\*.

В сфере социальной антропологии и культурологии проблема ювенилизации исследована меньше. Есть масса текстов об отдельных возрастных группах и отношениях к ним, но проблема «омоложения» рассматривается редко. Так, интернет-библиотека «Questia» указывает публикации по социологии и социальной антропологии детства, подросткового возраста и старения, но помещает их в категорию «Social Issues» (социальные проблемы). Хотя такая формулировка удовлетворяет проявляемый нами интерес, публикации в разделе описывают проблемы возрастных групп, ювенилизация отмечается лишь в текстах о, например, старении. Чаше встречаются исследования ограничений, накладываемых на возрастные группы [11, с. 70] или же интерпретации возраста как элемента конструирования сообществ [4, с. 149].

Но всё же тема ювенилизации косвенно проявляется в культурологических исследованиях явления «кидалт». Это словосочетание, перенесённое в русский язык из английского, то есть, буквально, ребёнок-взрослый. Таких людей можно называть возвращающимися в детство, или, как пишет Э. Калькутт, теми, кто «примирился со своим внутренним ребёнком» [12, с. 98].

Кидалт – взрослый человек, который, применяет детские практики. Взрослый в современном обществе – экономически независимый человек, то есть некто, имеющий достаточный доход для обеспечения собственной независимой жизни. Детские практики кидалтов, как правило, связаны с досугом. Это игры, например, ролевые или компьютерные, или потребление детских продуктов. Это могут быть мультфильмы [12, с. 88], сделанные специально для детей и подростков, аниме, манга и комиксы, или игрушки. Важна причина потребления: кидалт ищет детские продукты не с целью коллекционирования, но с целью потребления – игры, чтения или просмотра. Но потребления недостаточно, чтобы быть кидалтом. Для этого человек должен себя признавать таковым, давать

себе право сказать: «я прикольный, но могу и посерьёзничать» [5].

Изучению кидалтов посвящена масса публикаций – во многом это связано с популярностью явления в первой половине 2000-х годов в США и Европе и в 2008-2010 годах – в России. Но интерес к явлению в России связан с повесткой дня, конструируемой масс-медиа [5]. Научных исследований на эту тему куда меньше. Отметим три работы, которые позволяют, помимо прочего, подтвердить, что кидалты являются признанным проявлением ювенилизации.

Хотя статьи Л. Горалик [5] и Е. Ярской-Смирновой, М. Вороны и Г. Карповой [10] написаны в разное время и посвящены разным аспектам данного явления (Горалик пытается проанализировать причины возникновения кидалтов, а группа Ярской-Смирновой занимается анализом моделей поведения), в целом авторы приходят к схожим выводам.

Обе публикации рассматривают кидалтов как пример проникновения детских моделей поведения в жизнь взрослых [10, с. 296–297]. Другая общая черта – отмеченная авторами нестабильность паттернов поведения, которая и приводит взрослых к детству, которое оставалось «в пределах досягаемости» [5] вместе со своими поведенческими моделями и нормами. Л. Горалик описывает кидалтов именно как следствие уже происходившего размывания границ между возрастными группами, группа Ярской-Смирновой не отрицает этой позиции, рассуждая, что кидалты – своеобразный ответ на вызовы изменчивой современности [10, с. 299–300].

В том, что самым ярким и заметным проявлением ювенилизации стали именно кидалты, нет ничего удивительного, – считает автор третьего текста о ювенилизации, Э. Калькутт. В книге «Pop Culture and the Erosion of Adulthood» («Задержка развития: поп-культура и эрозия взросления») [12] он описал специфические модели поведения, которые возникали на его глазах вследствие «эрозии (разложения) взрослости», или ювенилизации.

Калькутт пересказывает слова американского критика Дж. Албриджа: после II Мировой войны западное общество не имело новой модели поведения взрослых. Результатом этого, по мнению Албриджа, стала «фетишизация» юности и детства, смещение акцента и внимания именно на этот период жизни. Юность «из периода жизни преобразуется в вечное объяснение инфантильности и ребячества» [12, с. 7].

\* Примеры можно найти по следующему адресу: <http://www.psychologytoday.com/basics/mid-life-crisis>

За несколько лет эта ситуация приводит к буму поп-культуры, созданной для молодёжи. «Поп» отражает её ценности и модели поведения, подчёркивает отсутствие у молодёжи образцов действия, их страхи перед взрослыми и перед будущим, то есть глубокий культурный разлом между представителями разных поколений. В текстах рок-групп и битников примечательны сюжеты, в которых молодой герой не знает, что ему делать в своей будущей жизни [12, с. 3–6], панически боится взросления. Свойственные тем годам мысли Э. Калькутта находят в песне группы «The Who» с рефреном «fore I die before I get old» («надеюсь умереть до старости»).

Эти ощущения не исчезают у людей с наступлением взрослости. Следствие – рост ощущения безоружности против отчуждённого мира, и, как следствие, масса фобий. Они становятся основой современной культуры, причиной, с одной стороны, доминирующей иронии [12, с. 169], с другой стороны, «побега» в детство как отдыха от вечно меняющегося мира. Убегаю в детство, послевоенные поколения стремятся найти в себе «внутреннего ребёнка» и жить с ним в равновесии [12, с. 98]. Это, по мнению Калькутта, является причиной омоложения моделей поведения.

**Ювенилизация как символическое потребление.** Первая гипотеза основана на теориях Н. Элиаса и М. Фуко. Оба исследователя придерживались схожей позиции. Н. Элиас отслеживал то, как формируется сознание, свойственное сообществу. Его словами – этос. М. Фуко рассматривал механизмы, которые приучали индивидов к этосу. Он использовал другие термины: «эпистема», или «система сознания». Этос, согласно их концепциям, формирует сознание индивидов, диктует им действия и подсказывает решения в определённых ситуациях [9, с. 16].

Основным средством распространения эпистем, согласно теории Фуко, становится дисциплинарная власть. Главный принцип её действия – контроль пространства, в котором обитает индивид [8, с. 206], и контроль над его телом [8, с. 221].

Интересна эпистема, которую Н. Элиас рассматривает в книге «Придворное общество». Он исследовал, как человек подтверждал свой социальный статус потреблением, на примере французского дворянства времён Людовика XIV. У феодалов того времени существовал «этос престижного потребления» [9, с. 28]. Они должны были, так как были дворянами, чтобы подтвердить свой социальный статус [9, с. 81–83].

Общество постепенно перешло на иные модели. Но правила потребления никуда не исчезли, они лишь вышли за рамки одной только аристократии и распространились в буржуазной среде, наследовавшей принципы «дворянства шпаги» [9, с. 89–90].

И пусть потребление сегодня экономно и предполагает создание накоплений, человек всё же тратит, и далеко не всегда делает только необходимые для жизни покупки. Трата не потеряла свою функцию маркировки – выражаемое в приобретениях социальное и экономическое положение по-прежнему является важным элементом конструирования личного образа. Об этом свидетельствуют наблюдения Ж. Бодрийяра, описанные в книге «Система вещей». Покупка определённых видов мебели (обязательно массивной, декоративной и минимально функциональной) маркирует человека как представителя буржуазии, привыкшего жить в просторном личном доме. Покупка диванов-раскладушек показывает в человеке представителя среднего класса, живущего в небольшой съёмной квартире [3, с. 23–23, 27–28].

Ювенилизированные индивиды, в частности, кидалты как нельзя лучше демонстрируют эту тенденцию, что подтверждается текстом Е. Ярской-Смирновой. Увлечение игрушками и мультфильмами становится потреблением, которое, согласно существующему этосу, подтверждает их принадлежность к группе, участниками которой они себя считают [10, с. 299].

Кроме того, потребляемые предметы могут быть средством конкуренции между ювенилизированными индивидами. Они демонстрируют друг другу, как много денег и труда вложено в их игрушки. Это позволяет интерпретировать, например, результаты шести интервью, проведённых мной в рамках исследования одного небольшого сообщества. Его участники, игроки в солдатиков, косвенно демонстрировали труд, вложенный в раскраску, и деньги, которые им потребовались для покупки игрушек.

**Ювенилизация как поиск «твёрдой» современности.** Книги З. Баумана можно считать расширенным продолжением трудов И. Гофмана. Единственным различием их концепций является, помимо терминологии, то, что Бауман рассматривает общество, постоянно существующее при конфликте индивида и исполняемых социальных ролей, в то время как во времена первого между ними ещё не было конфликта. Но его возможность была предсказана в первой работе Гофмана [6, с. 302].

Бауман пишет о мире, где этот конфликт в разгаре. Стабильность общества времён Гофмана миновала, и в двадцать первый век мы вошли в иное времени и пространстве [1, с. 17–18].

В этом времени предприятия вынуждены гнаться за новыми рыночными тенденциями, став для этого мобильными, гибкими. Мобильность обеспечена минимумом кадров, что приводит к сокращению. Это формирует «краткосрочную» ментальность [1, с. 30]. Как следствие, время становится «текучим», непостоянным, изменчивым. Сотрудник предприятия больше не привязан к своему месту работы. Он вынужден постоянно менять места и саму деятельность, если полученная ранее специальность на рынке не нужна. Очередной экономической кризис делает актуальными новые виды деятельности, а потерявшие в результате кризиса крах – ненужными [1, с. 31].

Новое пространство так же «текуче»: человек передвигается от одной сцены к другой, из одной роли в другую, не меняя своей позиции в пространстве. «Текучесть» жизни придаёт мобильный телефон. Звонки поступают от коллег, родственников и друзей, как следствие, человек вынужден часто менять социальные роли. А теперь телефон перенимает ещё и почтовую переписку, функции управления банковским счетом, функции книги, телевизора, плеера, магазина... Высокая мобильность отщепляет индивида от прежних сообществ, «индивидуализирует» его [2, с. 32]. Индивидуализация приводит к потере комфорта.

Пространства каждый должен делить для себя индивидуально, создавая целую карту мира, основанную на личном мировоззрении и имеющихся знаниях [2, с. 63–64]. Человек вынужден создавать личные границы, так как общие были разрушены со смертью дисциплинарного общества. В этом помогает идентичность. Идентичность – общность, к которой человек себя причисляет. Идентифицировать себя можно с любым объектом или группой – например, профессиональной, политической, гендерной и так далее.

Идентичность не просто привносит чувство стабильности. Она – основа исполнения любой социальной роли. Но роли меняются, а с ними – и идентичности. Вчерашний представитель «офисного планктона» сегодня политический активист – это явление нормально для «текучей современности» [2, с. 127].

Ювенилизация здесь – разновидность идентичности, идентификация с более

молодыми возрастными группами или какими-либо практиками, с ними ассоциированными, включающая в себя презентацию и организацию жизненного мира за счёт этих практик. Так, кидалты не только идентифицируют себя с детскими практиками. Они ещё и конструируют свой образ жизни – время, географию своей жизнедеятельности и т.д. – согласно своей идентификации, а также стремятся каким-то образом сконструировать с её помощью цельный образ себя в окружающем мире [2, с. 146–147].

Репрезентация идентичности несёт за собой неминуемое столкновение интересов, а также потребность в политиках. Для ювенилизированных индивидов столкновение неминуемо: «серьёзный» окружающий мир конфликтует с «несерьёзным» миром уже упомянутых кидалтов. Их модели поведения, ценности и нормы не воспринимаются обществом всерьёз, и противопоставить этому отказу в серьёзном восприятии они ничего не могут. Реакцией на это становятся описываемая Калькуттом ирония – строительство символического барьера между ювенилизированными индивидами и окружающим миром, ощущение кидалтами собственного бессилия [12, с. 175].

Это показывает необычный аспект теорий Баумана и Гофмана: анализ ювенилизации на примере российской действительности невольно затронет проблему политики.

Интерес будет представлять и то, как конструирует карту своего обитания кидалт, на какие зоны он делит свой мир в связи со сформированной идентичностью и каким образом делит своё время в связи с ней. Интересно будет увидеть то, какие смыслы привносит эта идентичность в привычные всем улицы города и как носитель видит известные проблемы и ситуации.

В заключение рассмотрим еще раз основные гипотезы, которые были сформированы на базе имеющихся данных и научных теорий. Рассматривались гипотезы для исследования социального явления, которое стало отмечаться в последние годы, – ювенилизации моделей поведения. Было дано определение ювенилизации, пояснены возможные варианты явления, в том числе кидалты. Были рассмотрены две гипотезы для исследования этого социального явления.

Первая гипотеза основана на теориях Н. Элиаса и М. Фуко. Она представляет ювенилизацию как практики по сохране-

нию тела, которые предписываются эйдосом. Практики кидалтов рассматриваются как маркирующее социальный статус потребление. В зависимости от сумм, затраченных на детские практики, такой индивид и устанавливает свой статус.

Другая теория – концепция З. Баумана и И. Гофмана. Согласно ей, кидалт – это одна из идентичностей, основанная на принятии социальных ролей ребёнка и ассоциации себя с ними.

Каждая из гипотез показывает специфический аспект для исследования этого явления. Так, гипотеза на базе работ М. Фуко и Н. Элиаса позволяет рассмотреть стратегии поведения, выработанные среди ювенилизированных индивидов, то, как они, демонстрируя результаты инвестиций, создают себе положение в различных сообществах.

А гипотеза, основанная на текстах И. Гофмана и З. Баумана, позволит рас-

смотреть, как в связи с ювенилизацией конструируются новые идентичности и образцы поведения, как индивиды конструируют свои образы в новом мире, как эти образы влияют на их представление о мире и каким образом ювенилизированные индивиды, в соответствии со своими представлениями о мире, действуют в различных ситуациях.

Данная статья – лишь тезисный обзор двух теоретических концепций. Фактически, показан набор концепций, с помощью которых можно исследовать социальное явление. Но то, какие концепции и в какой комбинации будут отобраны для интерпретации эмпирического материала, покажет, скорее всего, исследовательская интуиция – на данном этапе можно было лишь наметить предварительные результаты, которые может дать тот или иной подход к исследованию ювенилизации.

### Список литературы:

- [1] Бауман З. Индивидуализированное общество. – М.: Логос, 2002 – 390 с.
- [2] Бауман З. Текущая современность. – СПб.: Питер, 2008. – 230 с.
- [3] Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: Рудомино, 2001. – 230 с.
- [4] Бочаров В. Антропология возраста. – СПб.: Издательство СПбГУ, 2001. – 196 с.
- [5] Горалик Л. Маленький Принц и большие ожидания // Линор Горалик, 2012. – Интернет-ресурс. Режим доступа: [http://linorg.ru/little\\_prince.htm](http://linorg.ru/little_prince.htm) (09.08.2012)
- [6] Гофман И. Презентация себя другим в повседневной жизни. – М.: КАНОН-пресс-Ц, 2000. – 303 с.
- [7] Омельченко Е. Субкультуры, поколения, солидарности? К вопросу о концептуализации новых форм коммуникации в молодёжной среде // XII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. Кн. 4. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – с. 478–488.
- [8] Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. – М.: Ad Marginem, 1999. – 380 с.
- [9] Элиас Н. Придворное общество. – М.: Языки славянской культуры, 2002 – 348 с.
- [10] Ярская-Смирнова Е.Р., Ворона М.А., Карпова Г.Г. Кидалт вы или обыкновенный человек? Визуальное производство стиля // Визуальная антропология: городские карты памяти. – М.: Вариант, ЦСГИ, 2009. – С. 294–309.
- [11] Vytheway B. Ageism. – Philadelphia: Open University Press, 1995. – 142 p.
- [12] Calcutt A., Arrested Development. – London: Cassel, 1998. – 262 p.
- [13] Cognitive Analytic Therapy and Later Life: A New Perspective on Old Age. – New-York: Brunner-Routledge, 2003. – 232 p.