The logo of Severo-Vostochny State University is a circular emblem. It features a stylized monogram in the center, surrounded by the university's name in Russian: "СЕВЕРНО-ВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ" at the top and "МАГАДАН" at the bottom.

Северо-Восточный государственный
университет

МОЛОДЕЖНАЯ МУЗЫКАЛЬНАЯ
СУБКУЛЬТУРА В ВИРТУАЛЬНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ: ИССЛЕДОВАНИЕ
НЕФОРМАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ
(НА ПРИМЕРЕ ФАН-КЛУБОВ: «JROKKU» И
«K-POP FAMILY»)

Работу выполнила:

Студентка 4 курса, группа С-21

Роянова К.В.

Научный руководитель:

старший преподаватель Рокотянская
Н.А.

Актуальность

Тенденции развития современного общества, связанные, прежде всего, с такими общемировыми процессами, как глобализация и виртуализация социального пространства привели к изменению ряда привычных социологам феноменов, одним из которых является молодежная музыкальная субкультура.

Апробация

- 1. Роянова К.В. Виртуальное пространство как фактор изменения субкультурного сообщества в молодежной среде // Кафедральная конференция СВГУ. – 3.02.2016
- 2. Роянова К.В. Формирование стиля жизни у современной молодежи под влиянием музыкальной культуры // IX Международная научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Шаг в будущее: теоретические и прикладные исследования современной науки». – г. Санкт-Петербург. – 24.11.2015 г.
- 3. Роянова К.В. Социологические подходы к изучению молодежных субкультур // XLIV Международная заочная научно-практическая конференция «Научная дискуссия: вопросы социологии, политологии, философии, истории». – г. Москва – 19.11.2015 г.
- 4. Роянова К.В. Современные социологические исследования молодежных музыкальных субкультур // III Международная научно-практическая конференция «Наука сегодня: постулаты прошлого и современные теории». – г. Саратов. – 29.12.2015 г.
- 5. Роянова К.В. Социологические теории и подходы к изучению молодежных субкультур // III Международная научно-практическая конференция «Наука сегодня: постулаты прошлого и современные теории». – г. Саратов. – 29.12.2015 г.
- 6. Роянова К.В. Музыка как предмет исследования в социологии // XXVIII Студенческая международная заочная научно-практическая конференция «Молодежный научный форум: гуманитарные науки». – г. Москва. – 5.11.2015 г.
- 7. Роянова К.В. Методы изучения молодежных субкультур в социологии // XLIII Международная научно-практическая конференция «Система ценностей современного общества». – г. Новосибирск. – 16.12.2015 г.
- 8. Роянова К.В. Формирование стиля жизни молодежи под влиянием музыкальной культуры. – Шаг в будущее: теоретические и прикладные исследования современной науки. – Спб. – 23-24 ноября 2015 г.

Виртуальные сообщества - делокализованные социальные общности, не имеющие четких территориальных и групповых границ, активность которых реализуется в виртуальном пространстве, а членство основано на индивидуальных ценностных предпочтениях. (Шумакова Н. А.)

Виртуальное пространство – это своеобразная ментальная карта реальности в ее пространственном аспекте, существующая не реально, фактически, а лишь в нашем сознании. (Жеребило Т. В.)

Новизна: проанализированы новые молодежные музыкальные субкультуры, а именно k-pop и visual kei (j-rock), в виртуальном пространстве, которые образовались в современном российском обществе под влиянием азиатской музыкальной культуры и формируют образ жизни современной молодежи, не только в виртуальном пространстве, но и в реальной жизни.

Цель: исследовать особенности молодежной музыкальной субкультуры в виртуальном пространстве.

Объект: молодежная музыкальная субкультура j-rock (visual kei), k-pop.

Предмет: виртуальные интернет-сообщества JRokku и K-pop family.

Задачи

1. выявить социально-демографические характеристики представителей виртуальных интернет-сообществ JRokku и K-pop family;
2. описать элементы структуры виртуального субкультурного сообщества;
3. охарактеризовать особенности взаимодействия членов виртуального субкультурного сообщества;
4. описать пути вовлечения молодежи в виртуальное субкультурное сообщество.

Гипотезы


1. взаимодействие между фанатами происходит в основном в виртуальном пространстве;
2. идентификация молодых людей в виртуальном пространстве различается по степени вовлеченности в субкультурные практики;
3. инициатива включения индивида в субкультурное сообщество принадлежит самой личности, выбирающей сообщество на основе специфических интересов;
4. степень вовлечения в субкультурные практики зависит от возраста и уровня образования респондентов.

Музыкальная культура: Т. В. Адорно, В. Г. Мозгот, В. Г. Лукьянов, В. Ю. Колчинская и др.


Молодежные субкультуры: С. Нейл, М. Брейк, К. Гриффин, И.С. Кон, В. Н. Левичева, Ф. Шереги, П. Ходкинсон и др.

Фан-клубы, фанатизм: Б. Раймен, М. А. Жаркова, М. А. Пипенко, В. А. Сергодеев, Д. А. Иванченко, Е. Л. Омельченко и др.

Неформальные интернет-сообщества: В. Н. Поправко, Н. А. Соловьева, О. А. Варегина и др.



**Теоретические
основания**



**Проведение
исследования**

Метод: анкетирование (интернет-опрос).

Тип выборки: стихийная выборка, неповторная.

Респонденты: пользователи интернет-сообществ Jrokku и K-pop family.

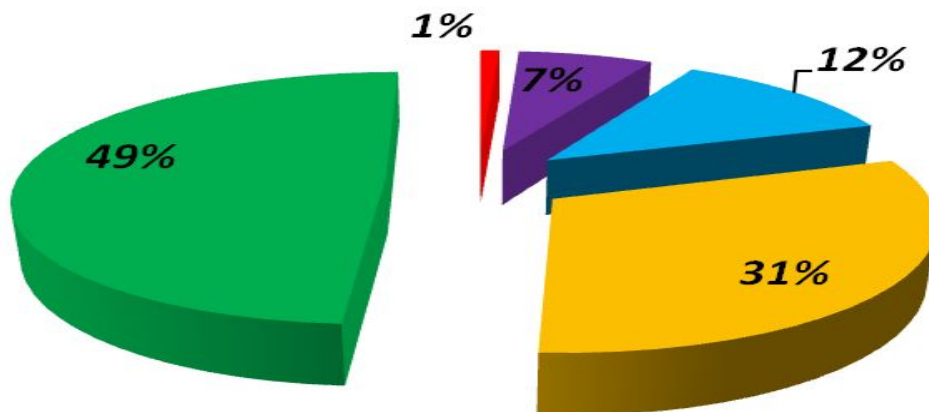
Visual kei («визуальный стиль») — это жанр японской музыки, возникший на базе J-Rock в результате смешения его с глэм-роком, металом и панк-роком в 1980-х годах. Visual kei буквально означает «визуальный стиль». Так называется направление в японской рок-музыке, выделяющееся использованием макияжа, сложных причёсок, ярких костюмов и часто андрогинной эстетики. У данного стиля появилось множество поклонников, и в результате данный стиль японской музыки трансформировался также и в модное течение молодежи. Впоследствии данное модное течение, трансформировалось в молодежную музыкальную субкультуру.

К-поп – (аббревиатура от англ. **Korean pop**) — это музыкальный жанр, возникший в Южной Корее и вобравший в себя элементы западного электропопа, хип-хопа, танцевальной музыки и современного ритм-н-блюза. Появившись изначально как музыкальный жанр, К-поп превратился в масштабную музыкальную субкультуру с миллионами поклонников среди молодёжи во всём мире.

Элементы социального портрета представителей k-pop и j-rock

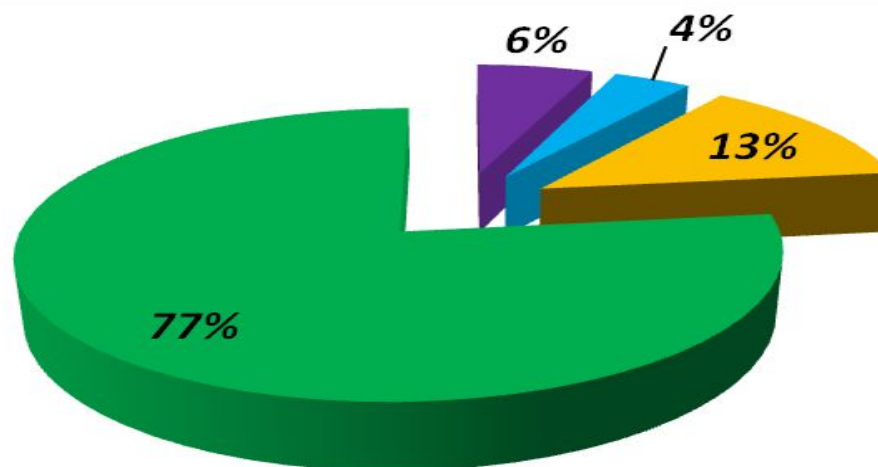
Элементы	K-pop	J-rock
<i>Пол</i>	Женский	Женский
<i>Возраст</i>	От 15 до 25 лет (97%)	От 15 до 25 лет (79%) От 26 до 35 лет (14%)
<i>Образование</i>	Среднее образование (51%)	Высшее образование (74%)
<i>Семейное положение</i>	не замужем (94%)	не замужем (89%)

Время нахождения в К-pop family



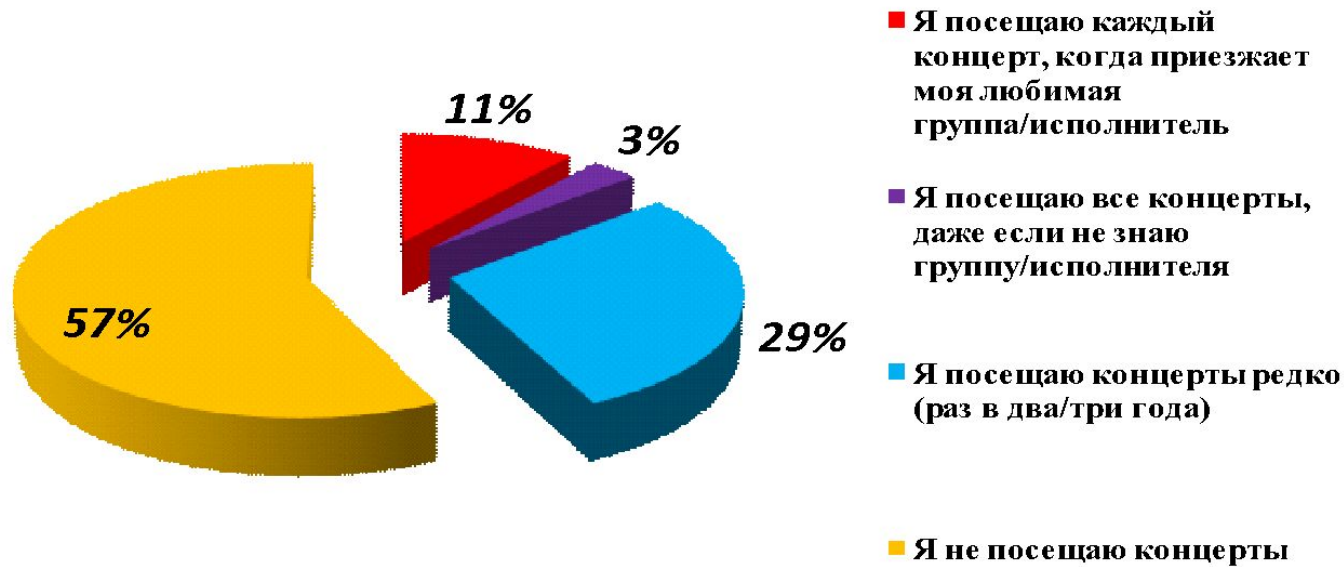
■ До полугода ■ От 1-2 лет ■ От 2-3 лет
■ От 3-4 лет ■ Более 5 лет

Время нахождения в JRokki

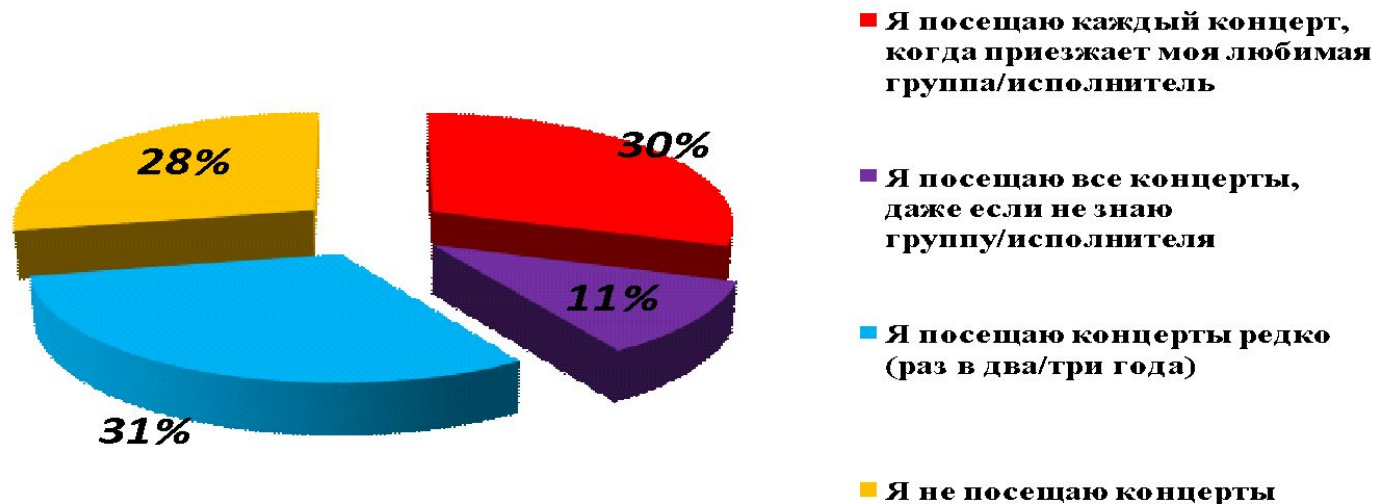


■ До полугода ■ От 1-2 лет ■ От 2-3 лет
■ От 3-4 лет ■ Более 5 лет

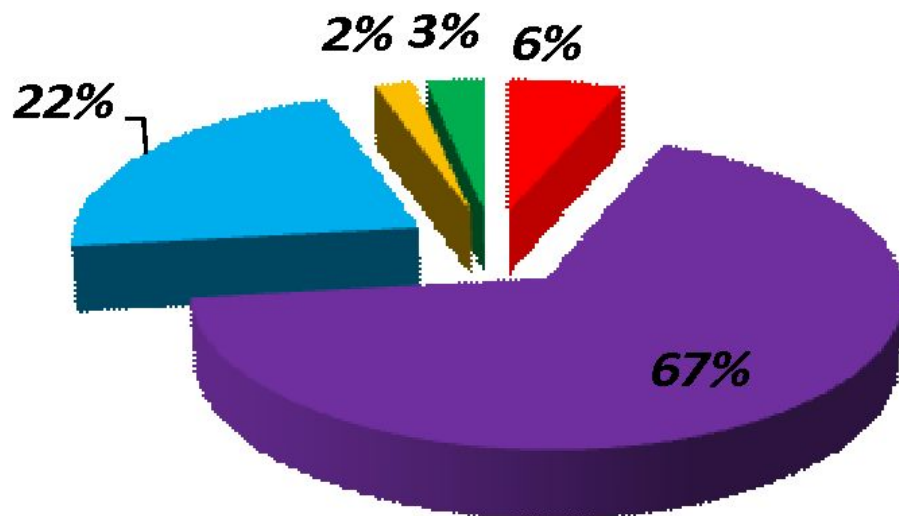
Посещение концертов k-pop



Посещение концертов j-rock

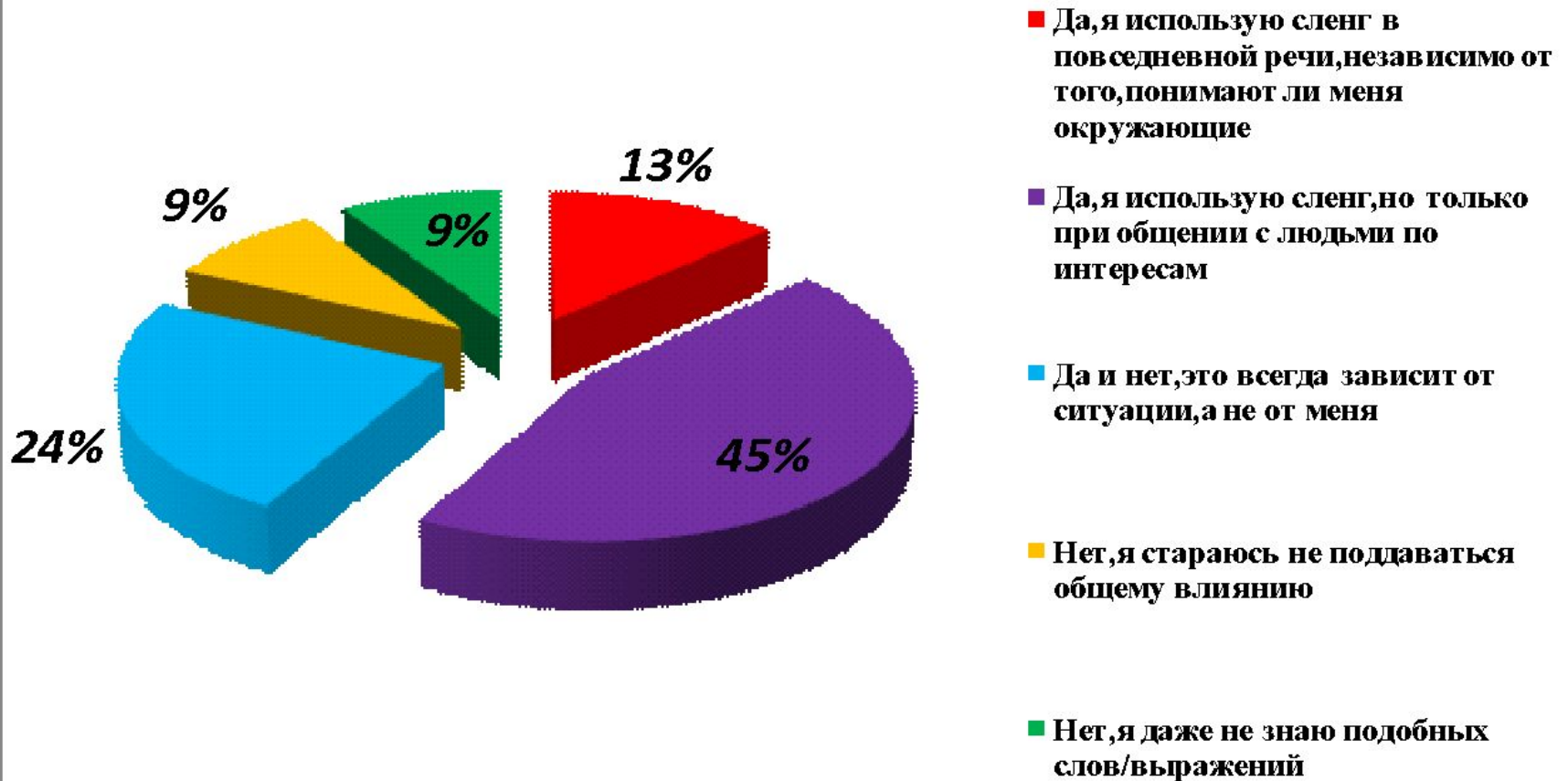


Использование арго фанатами к-роп

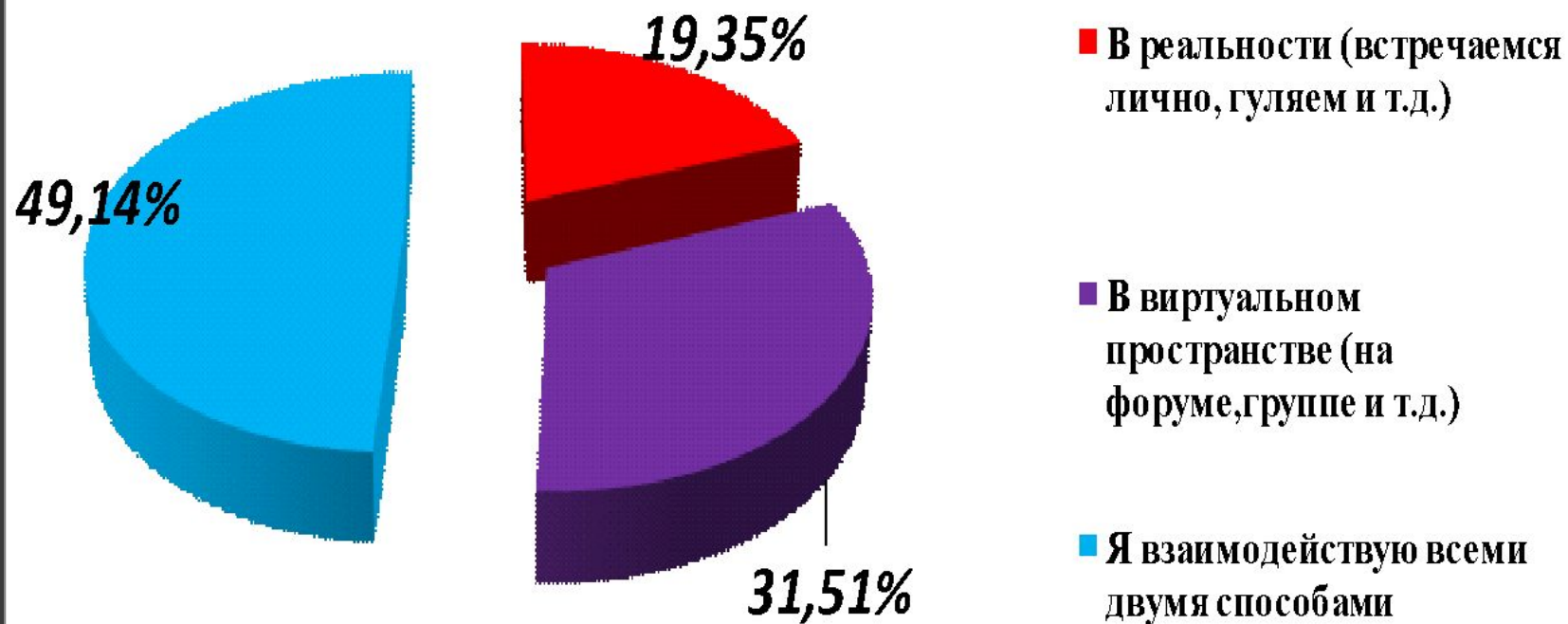


- Да, я использую сленг в повседневной речи, независимо от того, понимают ли меня окружающие
- Да, я использую сленг, но только при общении с людьми по интересам
- Да и нет, это всегда зависит от ситуации, а не от меня
- Нет, я стараюсь не поддаваться общему влиянию
- Нет, я даже не знаю подобных слов/выражений

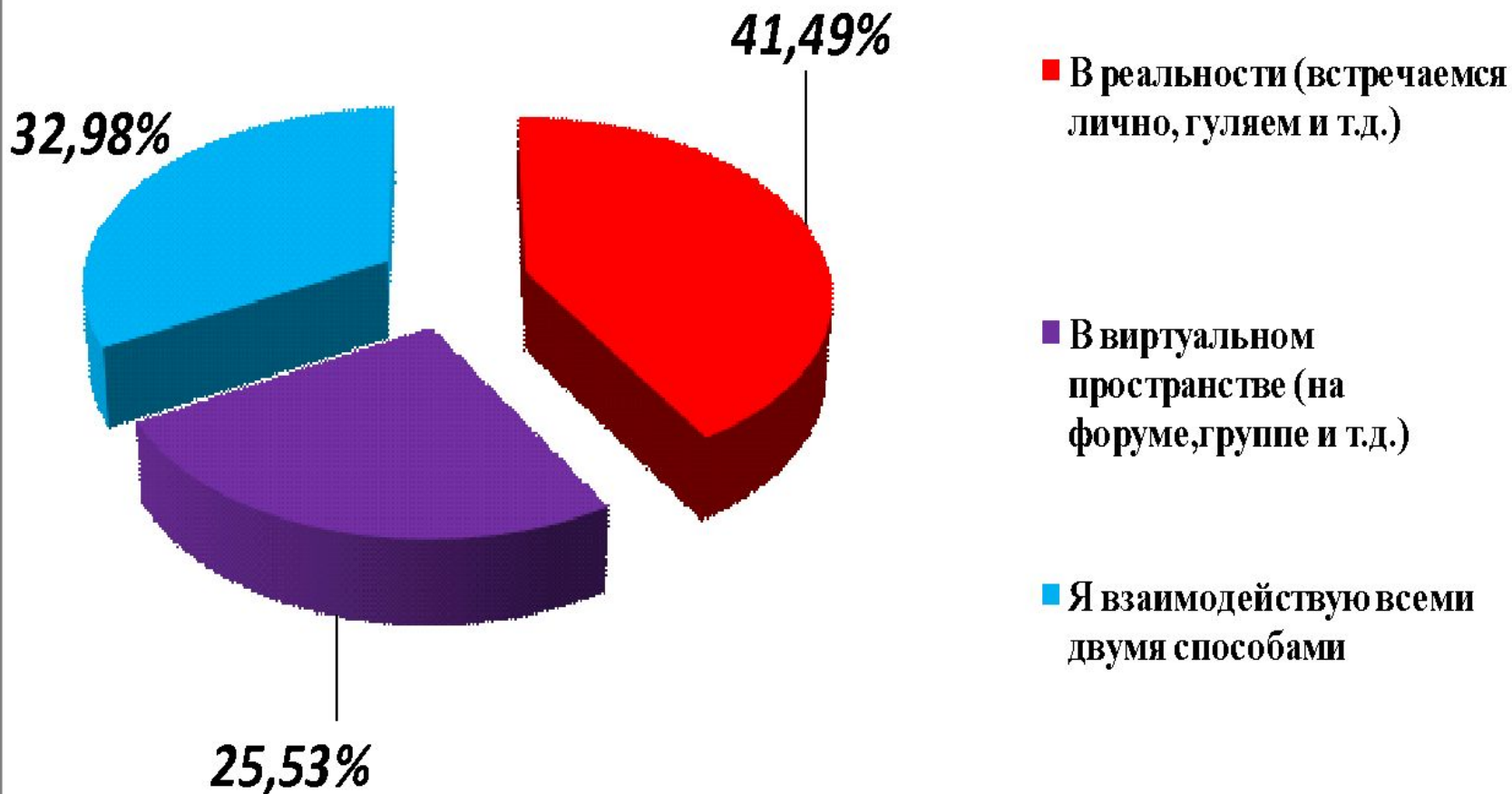
Использование арго фанатами j-rock



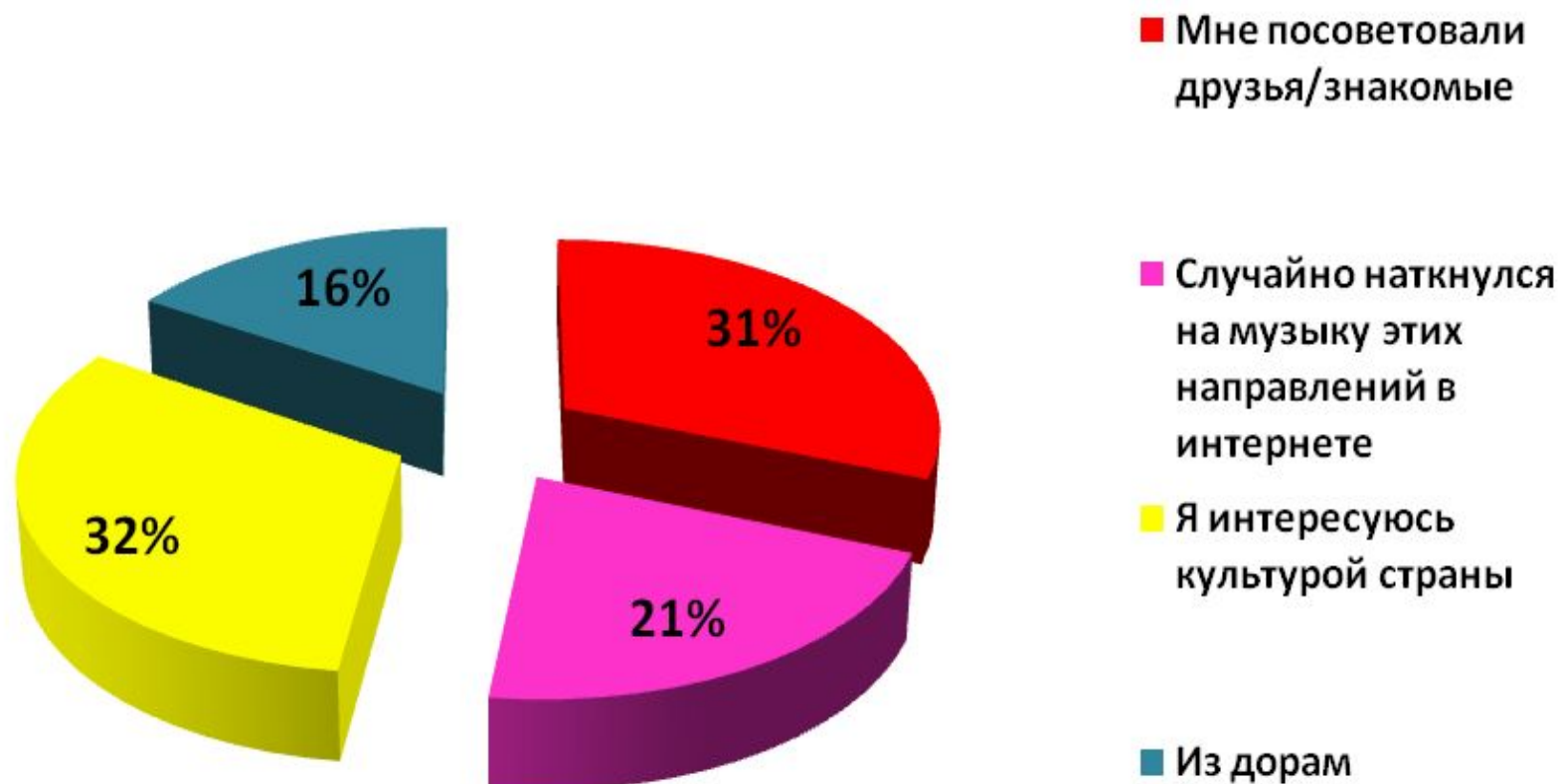
Способ взаимодействия с фанатами к-роп



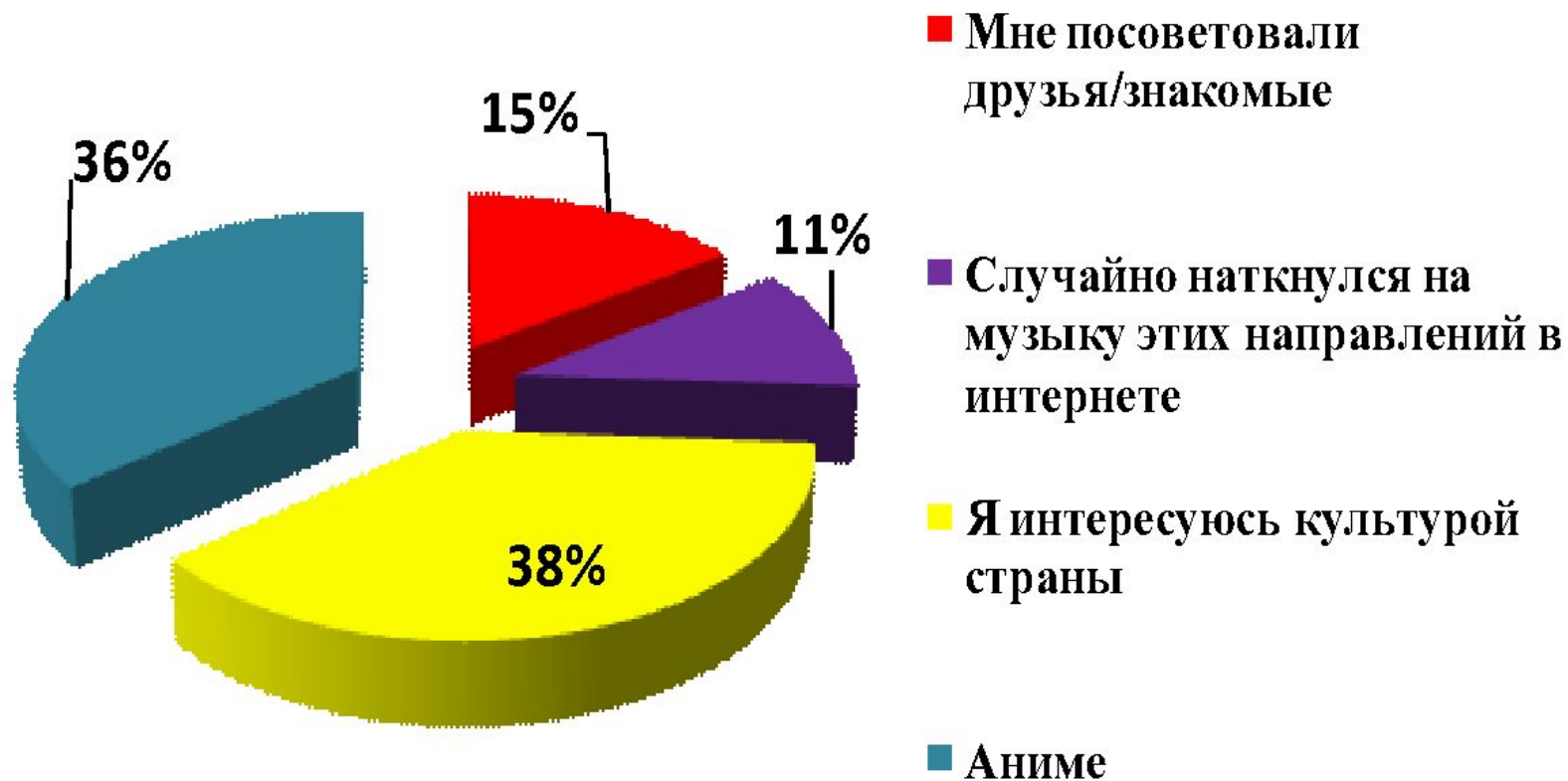
Способ взаимодействия с фанатами j-rock



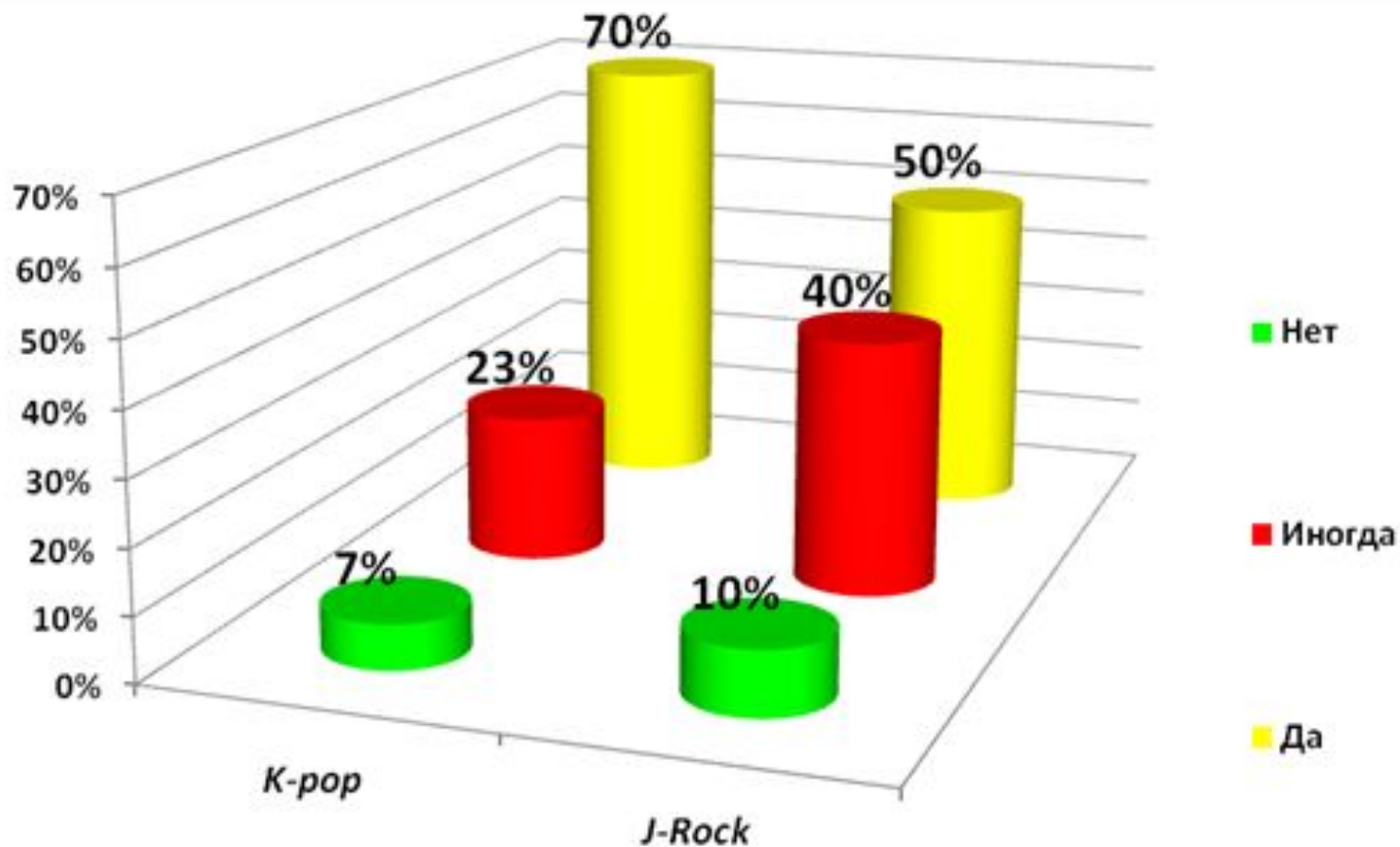
Причины прослушивания музыки к-поп



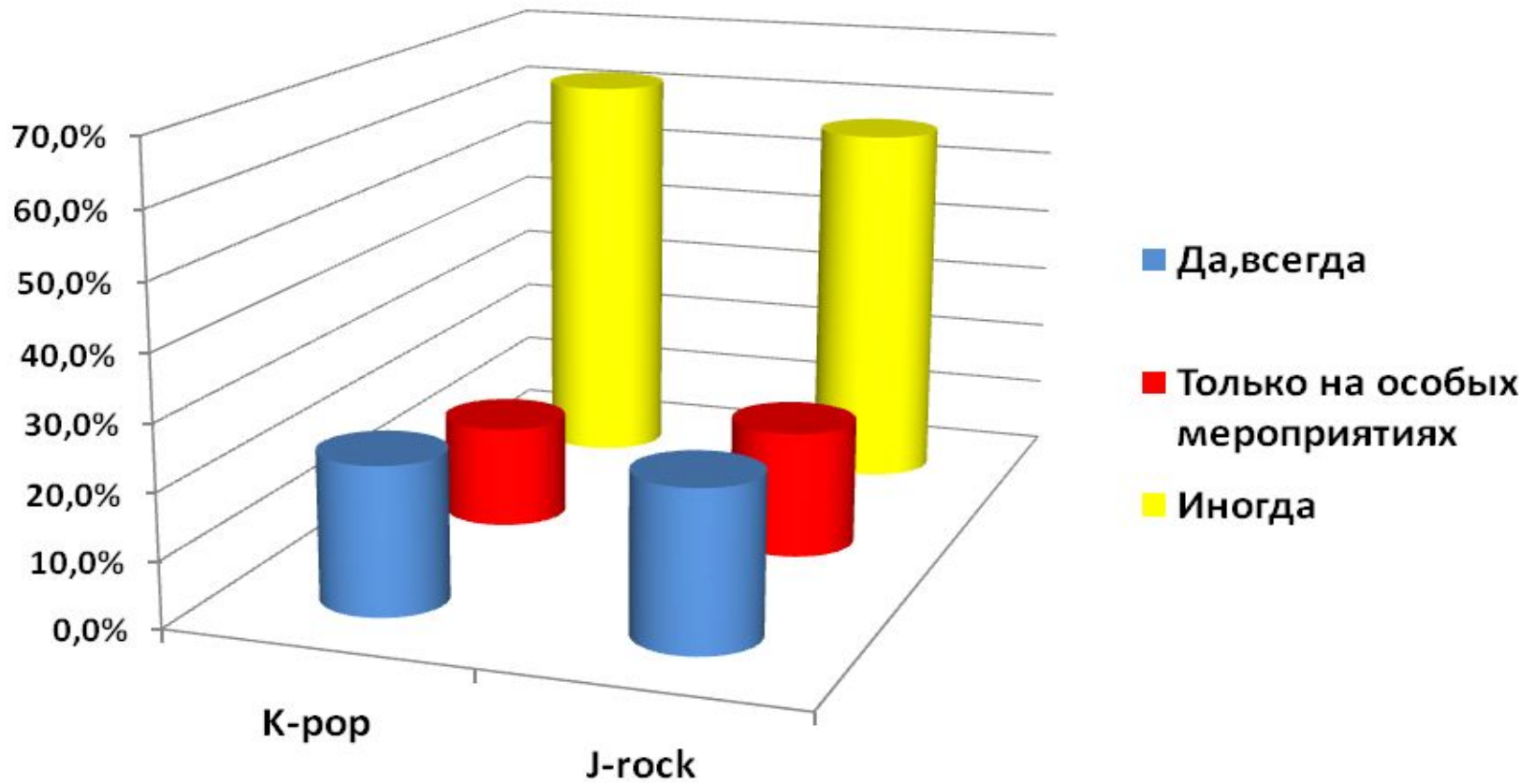
Причины прослушивания музыки j-rock



Взаимодействие респондентов с другими фанатами k-поп и j-рок



Как часто оказывает k-поп и j-рок влияние на внешний вид фанатов



Заключение

Вывод 1:

нами были отмечены изменения в способе формирования молодежных субкультур.

Вывод 2:

в рассмотренных нами интернет-сообществах можно выделить определенную внутреннюю структуру, в которой присутствует ядро, образуемое из активных приверженцев и периферия, которая состоит из случайных участников, попавших в сообщество случайно и остающихся в нем по какой-либо причине.

Вывод 3:

большинство молодых людей разграничивают свою приверженность к молодежной субкультуре и свою повседневную жизнедеятельность.

Вывод 4:

Мы выделили некоторые элементы социального портрета представителей виртуальных интернет-сообществ JRokku и K-pop family, это в основном молодые девушки в возрасте от 15 до 25 лет, обучающиеся в школе или среднеспециальных и высших учебных заведениях, состоящие в сообществе более 3-х лет. При этом стоит обратить внимание, что аудитория k-pop носит преимущественно подростковый характер, а j-rock – это более зрелые и образованные молодые люди, так как встречаются фанаты старше 25 лет.

Вывод 5:

Субкультурная идентификация для молодых людей больше связана с различными особенностями их мировоззрения, интересами, чем социальным взаимодействием с ближайшим окружением или влиянием моды.

Вывод 6:

Взаимодействие членов виртуальных сообществ происходит, как в виртуальном мире, так и в реальности.

Рекомендация

В рамках представленной темы можно рекомендовать дальнейшее ее изучение для более подробного анализа вопросов, связанных с влиянием виртуального пространства на формирование и проявление субкультурной идентичности, специфику субкультурных неформальных интернет-сообществ и др.

Спасибо за внимание!