Субкультурна теорія була вперше розроблена вченими-соціологами Чиказької школи в 1920-х роках. Чиказька школа досліджувала існування девіантної поведінки та обговорювала девіацію як продукт соціальних проблем у суспільстві. Бірмінгемська школа доповнила теорію субкультур, досліджуючи способи, якими індивіди приєднувалися до груп, які брали участь у колективних формах відхилень, які називаються субкультурами. Для сучасних теоретиків сама концепція є суперечливою, і деякі з них узгоджуються з «постсубкультурною» перспективою, припускаючи, що субкультура більше не описує колективну діяльність. Соціологи продовжують вивчати субкультури, щоб з’ясувати, чому формуються субкультури, чому представники субкультури обирають девіантну групову поведінку та що субкультурна діяльність може розповісти нам про суспільство в цілому.

ХАРАКТЕРИСТИКА СУБКУЛЬТУР

Важливо відзначити, що соціологи не мають єдиного узгодженого визначення субкультури. Субкультурні теоретики продовжують розширювати та змінювати визначення субкультур, оскільки вони досліджують більше субкультурних груп і включають соціологічні теорії девіантності в субкультурну структуру. Таким чином, визначення субкультури є спірним. Деякі теоретики (див. «постсубкультурну думку» нижче) навіть вважають, що ця концепція пережила свою корисність. Однак робоче визначення необхідне для вступного розуміння субкультур і субкультурної теорії. Таким чином, характеристики субкультур, наведені нижче, включають концепції та теорії найвидатніших дослідників субкультури, але в жодному разі не є остаточним «переліком» для визначення того, що «вважається» субкультурою, а що ні.

Дифузні мережі

Субкультури не складаються з формального лідерства, офіційного членства чи будь-якої чіткої організаційної структури. Навпаки, субкультури мають вільну та неформальну участь, оскільки межі того, хто і що втілює субкультуру, суперечливі та мінливі. Членство не є виключним; Субкультурники можуть ідентифікувати себе як частину субкультури та одночасно взаємодіяти з людьми в інших культурних і соціальних мережах. Отже, межі між основною культурою та субкультурою часто нерозрізнені, оскільки дві культурні області можуть поділяти ідеї та співіснувати в житті окремих людей.

Сцена Juggalo служить хорошим прикладом дифузних мереж у субкультурі. Juggalos — фанати гурту Insane Clown Posse. Вони мають власну спільну ідентичність, сленг, стиль і культурні значення. Багато шанувальників ICP ідентифікують себе як Juggalos, відвідують фестивалі, спілкуються з іншими Juggalos і знають спільні значення та цінності субкультури. Однак вони також знімають свій клоунський макіяж, йдуть на роботу, беруть участь в інших мережах соціальної взаємодії та вивчають інші культурні значення. Цю різноманітну культурну інформацію із «зовнішнього світу» можна, у свою чергу, поділити з культурою Джуґгало і навпаки. Іншими словами, субкультури та інші культурні мережі взаємодіють одна з одною та адаптуються, коли вони обмінюються значеннями та цінностями.

Спільні відмінні значення

Субкультурники не тільки поділяють ідентичність, вони також поділяють цінності, практики та культурні об’єкти. Наприклад, стрейтедери цінують свою спільноту та свої міжособистісні стосунки, вони живуть чисто (без речовин) і купують важливі об’єкти, такі як найпопулярніші хардкор-панк-альбоми. З появою субкультури формуються чіткі значення, які визначають унікальні практики та культурні об’єкти сцени, а також відрізняють субкультуру від основної культури. Ці значення постійно зростають і змінюються, оскільки представники субкультури обговорюють існуючі значення та створюють нові. Крім того, значення як створюються, так і вивчаються через соціальну взаємодію. Цінності та очікувана поведінка субкультур часто певним чином відхиляються від загальноприйнятих норм суспільства.

Спільна ідентифікація

Багато етнографів стверджують, що колективна форма самоідентифікації є, мабуть, найважливішою відмінністю між субкультурою та простою соціальною групою. Люди ззовні часто сприймають інтенсивність, до якої субкультурники залучаються та беруть участь у своїй субкультурі, як нав’язливу або нездорову. Однак ступінь взаємодії представників субкультури зі своєю групою можна фактично розглядати як природний результат особливого відчуття себе по відношенню до своєї субкультури. Дійсно, жінка, яка має дитину, не стигматизується через те, що вона витрачає більшу частину свого дня на виховання дитини, оскільки материнство вважається важливою частиною її особистості.

Опір

Опір, пасивний чи активний, домінуючим гегемоністським культурним цінностям часто супроводжує субкультурну участь у тій чи іншій формі. Вільямс (2009) припускає, що існує три виміри субкультурного опору. По-перше, опір може бути пасивним або активним залежно від наміру учасників чинити опір. CCCS, наприклад, розглядав субкультурників як пасивних споживачів. По-друге, опір може існувати на мікро- або макрорівні, залежно від того, на що або на кого спрямований опір. На мікрорівні опір може бути розроблений як механізм психологічного захисту від хуліганів і однолітків, тоді як опір на макрорівні зазвичай спрямований на політиків або політиків, таких як Молодіжні групи християнського утримання, які закликають заборонити контроль за народжуваністю. Нарешті, опір може бути відкритим або прихованим, залежно від того, чи дії субкультурників інтерпретуються іншими як опір. Тоді як прихований опір – це той, який є навмисним, але непоміченим іншими, відкритий опір набагато важче помітити, оскільки він, за визначенням, спонукає людей звертати увагу. Наприклад, коли Броні носить барвисту футболку з написом «Я Броні, розберися», йому, як правило, вдасться привернути увагу до своєї субкультури.

Маргіналізація

Учасники субкультури часто складаються з маргіналізованих осіб, які погано вписуються в домінуючу культуру. Як зазначає Говард Беккер (1963) у своїй теорії маркування, домінуючі соціальні групи визначають, хто є «чужою групою» на основі спільних цінностей і норм «внутрішньої групи». Соціальні групи «в групі» часто є домінуючою культурою, яка вирішує, які цінності та норми «зовнішня група» не може виконувати. Навпаки, «чужаки» можуть не мати тих самих ресурсів або практик, що й «внутрішня група», і, у свою чергу, можуть не відповідати нормам і очікуванням «власної групи», таким чином роблячи їх відхиленнями від домінуючої культури. Оскільки ці люди не можуть відповідати нормам домінуючої культури і їх позначають як девіантів, вони маргіналізовані від повноцінної участі в домінуючій культурі. Спільна маргіналізація — це ідея про те, що багато представників субкультури можуть мати однаковий статус «чужого», незважаючи на те, що мають різне походження в основному суспільстві.

Стратифікація, цінності та спеціальна лексика

Субкультури створюють системи стратифікації так само, як і домінуючі культури. Стратифікаційна система субкультур базується на безперервній зміні колективних цінностей усередині групи. Подібно до домінуючих культур, субкультури базують стратифікацію на культурному капіталі, символічному капіталі та автентичності. Культурний капітал ґрунтується на тому, як індивід дотримується норм і практик субкультури, символічний капітал — це те, скільки поваги та легітимності ґрунтується на статусі індивіда в субкультурі. Однак автентичність — це соціальна конструкція, яку люди повинні постійно виконувати, щоб бути частиною. Додатковим компонентом системи стратифікації та автентичності є спеціалізована лексика субкультури. Спеціалізована лексика ілюструє поділ між тими, хто належить до субкультури, і тими, хто не є, при цьому певні слова та фрази розуміють або всі, або невеликий відсоток представників субкультури. Таким чином, спеціалізована субкультурна лексика демонструє, наскільки люди є частиною субкультури, і доповнює внутрішню ієрархію субкультури.

Постсубкультурна думка

Теоретики постсубкультури припускають, що субкультури або більше не існують, або просто мало відрізняються від основної культури. Вони підкреслюють, що масове споживання, розповсюдження культур через глобалізацію та загальний взаємозв’язок людей, місць і продуктів у всьому світі змінюють способи прояву субкультур в ідентичності людей. Консьюмеризм впливає на субкультурні спільноти, роблячи субкультурні продукти, такі як компакт-диски та одяг, доступними для будь-кого; сцени, засновані на спільноті, перетворюються на лінії продуктів. Стає важче відрізнити те, що являє собою нішеву субкультурну сцену, а що являє собою основну культуру, оскільки субкультурні об’єкти зазнають комерціалізації та комерціалізації.

Критики постсубкультурної думки відзначають, що насправді багато людей приймають субкультурну ідентичність і активно беруть участь у сценах, навіть якщо їхні субкультурні об’єкти комерціалізуються. Більше того, хоча споживання просочується в усіх аспектах життя сучасного суспільства, це не поважає людей брати участь у діяльності протидії . Учасники субкультури все будуть протистояти і підтримувати основну культуру та політику через свою участь. Відносячи всю субкультурну молодь до цієї категорії пасивних споживачів, які вибирають і змінюють свою ідентичність, як їм заманеться, постсубкультурники не в змозі визнати автентичну самоідентифікацію, яка відчуває багато молодих людей.