

**МИКРОЭКОНОМИКА МОЛОДЕЖНЫХ СУБКУЛЬТУР:
СТРАТЕГИИ БЕЗДЕНЕЖЬЯ**

Субкультурные обычаи и нормы формируют, среди прочего, экономические стратегии (потребление, производство, распределение), а точнее, те повседневные практики, которые обеспечивают экономическую базу субкультурных сообществ. Анжела Мак-Робби, заметив тенденцию при исследовании субкультур ограничиваться текстуальным анализом, призывает не останавливаться на нем, утверждая, что не последнее значение имеют материальные условия производства и потребления, специфичные для той или иной субкультуры и формируемые (регулируемые) ее нормами (*McRobbie* 1994).

Обращаясь к исследованиям молодежных субкультур на российском материале, следует отметить, что экономическим стратегиям уделялось до сих пор мало внимания. Тем не менее в результате полевых исследований накопились определенные данные, которые дают основание для суждений об экономических стратегиях (потребление, производство и распространение продукции), поддерживаемых нормами той или иной субкультуры. Для их анализа может быть полезным разделение между образом и стилем потребления, которое проводит В.И. Ильин, тем самым различая экономическую основу и символические разновидности потребительского выбора. Под образом потребления (как одной из характеристик образа жизни) он понимает "совокупность устойчивых характеристик потребительского поведения группы, обусловленная ее местом в социальном пространстве", отмечая далее, что "категория образа потребления очерчивает область необходимого, принудительного поведения", определяемого экономическим потенциалом группы. Круг доступных ресурсов, зависящий от места группы в социальном пространстве, определяет границы выбора, в рамках которых группы и формируют свои субкультуры. Стиль потребления, в понимании В.И. Ильина, – "категория, отражающая свободу, которой обладают люди в пределах образа потребления, навязываемого социальным полем" (*Ильин* 2001: 30). Социальное поле – характеристика, определяющая положение группы в социальном пространстве и зависящие от него параметры: поле ресурсных возможностей, пределы доступного выбора; определяемая ими "совокупность ценностей и норм поведения, в том числе и потребительского" (Там же: 26). Исследователь опирается на следующее определение социального поля: "Социальное поле, т.е. участок социального пространства, обладающий в результате повышенного уровня внутреннего взаимодействия особой атмосферой, имеющий силовой характер по отношению к попавшим туда индивидам" (Там же: 26).

Если придерживаться этой схемы, то модели потребительского поведения, программируемые молодежными субкультурами (по российским материалам), по образу потребления распадаются на два типа. Первый формируется в условиях ограниченности материальных ресурсов и включает разные формы адаптации к этим условиям: минимизацию потребления; нормы взаимопомощи, обмена и складчины; привлечение ресурсов извне своей среды (путем потребления отходов, попрошайничества и мелкого воровства); самообеспечение (мелкое производство, создание альтернативных сетевых структур производства, распространения, потребления и обмена продукции). Второй тип базируется на более высоком, по сравнению с другими группами молодежи, доступном уровне потребления. Этот уровень и становится различительным признаком, на базе которого формируются субкультуры. Для таких субкультур характе-

рен "фирменный стиль", т.е. такой стиль потребления, когда знаковый смысл приобретает не столько внешние или функциональные характеристики вещи, сколько "лэйбл" – ярлык фирмы-производителя.

В рамках данной статьи мы рассмотрим только группы первого типа, т.е. те, которым свойственны стратегии потребления, формирующиеся как способы адаптации к условиям ограниченности ресурсов. Эта ограниченность связана, как правило, с маргинальным положением молодежных групп в социальной структуре (проявляющимся в таких формах, как отсутствие постоянной работы, низкие и нерегулярные доходы, материальная зависимость от старших и стремление от нее избавиться и т.д.).

Минимализация потребления. В символическом мире таких субкультур, как хиппи, растаманы, индеанисты, панки, отчасти ролевики и др., недостаток ресурсов принимает характер различительного признака, маркера "своей" среды. Деньги и опосредованные ими формы отношений в описываемых "субкультурах бесприисовости" (безденежья) маркированы негативно. Например, одобряется прохождение длинной трассы совсем без денег; считается, что именно тогда выявится истинное отношение людей к тебе и твое отношение к ним.

Своеобразный культ бедности или безденежья получает идеологическое обоснование. Первыми отвергли буржуазное благополучие хиппи – дети среднего класса. Отказ от привычного комфорта, принятие нищеты страннической жизни было для них способом ухода от социального контроля со стороны родительской семьи и в целом из-под власти норм "своего круга". Культ нищеты характерен для всех субкультур, испытавших влияние традиций и мифологии хиппи. Индеанисты считают, что желание приобретать вещи, зарабатывать деньги разрушает природу. Именно отказ от стремления к обогащению индеанисты рассматривают как одну из важных характеристик своей среды, признаком, отличающим ее от "белой" цивилизации: "Белая культура – это культура вещей. И если человек начинает стремиться к вещам, к статусу какому-то, хочет золотой унитаза, впрягается в эту лямку: работа–деньги–работа, – то такой человек из движения выпадает. В белом мире господствует извращенное сознание, когда человек стремится захватить больше, чем ему нужно для нормального существования, часто за счет других. Это против природных законов, и это сознание и является источником всех проблем человека" (ПМ: Никитина А. 1999). Ролевики утверждают, что деньги имеют в их среде меньшее значение, чем в "реальном мире". У растаманов не принято заботиться о материальном благополучии, поскольку, как гласит растаманская поговорка, "Джа даст нам всё". Панки рассматривают свое безразличие к материальным благам как проявление своего "пофигизма" и романтики противостояния косному миру взрослых: "Панки – это какие-то новые романтики. Они, конечно же, находятся в состоянии войны с нынешним миром, потому что он материален, а панки – люди романтические". При этом нищета панков, их готовность жить без комфорта, "в грязи какой-то", осознается ими как не обязательно вынужденная – говорят о панках, у которых "на черный день... в кармане имеется чек на очень кругленькую сумму" (Аксютина 1999).

Культ нищеты связан с идеологией "ухода", а в применении к повседневной жизни – с практикой *трассы* (путешествий автостопом или другими малозатратными способами). Трасса (выезд) рассматривается как одна из основных идентифицирующих практик для многих субкультур. Трассу следует проходить бесплатно, иначе это не трасса. Стопщики-трэвеллеры ведут свой личный счет пройденным километрам – те, что преодолены за деньги (автобусом, поездом, такси), в километраж не включаются. В *системе* ходили легенды о человеке, который проехал всю Россию с тремя рублями в кармане (современный вариант – всю Европу с двумя долларами). Футбольные фанаты рассказывают, как некоторые люди ехали в Ростов, имея при себе сумму, эквивалентную половине доллара.

*"Вышел из дому, деньги забыл – значит, не нужны будут", – говорил мне еще в 1987 г. человек трассы. «Не имейте привязанности к вещам, которые у вас в рюкзаке, – пишет А. Кротов в своей "Практике вольных путешествий", самом известном наставлении по культуре авто- и прочего стопа. – Если вы утратили вещи либо деньги – возрадуйтесь за того, кто нашел их. Если кончаются деньги и еда – уничтожьте остатки, не оставляйте никаких "неприкосновенных" запасов, и продолжите путь... тем более, что мир добр, и умереть с голоду вам не дадут» (Кротов 1997: 50–51). Принцип "ездить бесплатно" подкрепляется приметам и поверьями. Например: если на трассе водитель попросил деньги, надо пропустить эту машину – скоро и удачно уедешь. В наше время, когда все меньше людей, готовых что-нибудь сделать без посредничества денег, поверий на эту тему становится больше (по-видимому, практика безденежных отношений нуждается во все большем подкреплении). Так, по наблюдениям М.П. Чередниковой, появилось поверье, что если стопщик заплатит водителю на трассе, то от него уйдет трассовая удача: "Заплатив, ты просто свою удачу убиваешь. Не играй в базар" (Чередникова 2003: 92). Трудно будет застопить машину, найти ночлег и пр. По той же причине нельзя испытывать удачу – играть в азартные игры, участвовать в лотереях (Там же). Эта тема активно обсуждается в близкой к хиппи среде. Старый опытный стопщик из Владивостока (впрочем, такая локализация условна – он писал мне письма из Одессы, Владивостока, встретился в Санкт-Петербурге, теперь в Москве) в переписке с другими утверждает: *"В моем кругу... не принято ходить по трассе даже с карманной мелочью или наручными часами (суеверие)"* (ПМА: 2002 г.). Действительно, старая система поддерживала культ безденежья, и трасса была одним из его главных символов. Нелепым кажется для старых хиппов и человек, выходящий на трассу с мобильным телефоном (воспринимаемым еще как символ если не буржуазности, то цивилизации) в ксивнике. Младшее поколение относится к этому проще: *"Да, пиплы, нашли, где заботушку искать – в ксивниках! Мобильник – тот же телефон (дома, небось, рады иметь!), токо таскаемый. Один дружок мой по трассе поехал в Туру (5 тыс. км от Москвы, Крайний Север) и по сотику всем sms-приветы шлет – и ему веселей по морозам ехать, и мы рады с ним пообщаться! Так не будем же себе голову забивать, а то скоро сочтем за буржуиство стопить мерсы и лексусы... не в средствах дело, а в нашей сущности, братишки и сестрички!"* (Интернет–7).*

Опытные обучают молодых приемам, с помощью которых можно избежать платы за проезд. Часть их обращена к водителям. Остановив машину, стопщик сразу должен обозначить, что не собирается платить: *"Я еду в Казань автостопом. Не подвезете сколько сможете?" "Не возьмете в сторону Казани? Денег нет"*. После этого водитель либо говорит: *"Садись!"*, либо нажимает на газ. Водителей, которые пытаются взять со стопщика деньги, называют *таксисты*, или *деньгопросы*. В отношении их применяется тактика демонстрации бедности. Обычно достаточно бывает просто хипповского облика – оборванность джинсов, холщовая торба, голодный блеск в глазах – все это должно сработать. В фольклоре трассы один из стабильных мотивов – о водителях-деньгопросах: как водитель хотел получить от хипа деньги за проезд (вариант – рассказы о дорожных бандитах или местных *гонниках*, которые собирались хипа ограбить), но, посмотрев на него внимательно, накормил и еще дал еды с собой на дорожку. Если внешний вид не срабатывает, то есть специальные приемы: *"Вам денег надо?"* – с участливой улыбкой отвечает стопщик на требование шофера и, покопавшись во всех карманах по очереди, собирает кучу мелочи рублей на десять. – *"Возьмите, это все, что есть..."* Люди трассы советуют иметь в наружных карманах мелкие деньги на такой случай.

Впрочем, кодекс трассы не запрещает заплатить, если это необходимо для продолжения пути. Например, в дорожных байках говорится о том, как хиппи тратит послед-

ние деньги на то, чтобы оплатить шоферу бензин или мелкий ремонт в пути. Это трактуется как "помощь" доброму *драйверу* (водителю), а не как плата.

Другие приемы обращены к кондукторам и милиционерам, делающим попытки оштрафовать хиппи за безбилетный проезд. Стратегия та же – демонстрация хипповской символики: не только драной одежды, ксивника со смешной для них суммой, но и, например, символов сумасшествия в облике и поведении. Популярной в 1980-е годы была *телега* (рассказ) о том, как группа хиппи, столкнувшись с контролером в электричке, прикинулась умалишенными; "*ну неужели я не похож на сумасшедшего? А вот эти люди тоже? Ну, какой нормальный человек так оденется?*" – говорил самый опытный из них, указывая на "прикиды такие немыслимые" своих спутников (ПМА: Ленинград, 1988 г.).

Разрушение вещей. Одним из вариантов "антиматериалистической" установки, характерной для ряда молодежных субкультур, становится разрушение вещей, совершаемое как "прямое действие" против сложившейся системы. Так, панки-пацифисты, выступая в большинстве случаев против насилия, допускают его против собственности, рассматриваемое как "прямое действие" против угнетателей и способ политического заявления, а также и как "способ повеселиться". «Целью прямых действий против неодушевленных предметов является попытка изменить что-либо в этом мире, – пишет в своей "Философии панка" Крейг О'Хара. – Голландские панки взрывали бензоколонки "Shell" за разрушительную деятельность компании во всем мире. Разрушали лаборатории для экспериментов над животными и собственность их владельцев, а также исправляли содержание рекламных щитов с тем, чтобы привнести политический смысл» (О'Хара 2003: 122–123). Среди подростков-индеанистов иногда раздавались голоса, что "бледнолицым" (так они называли всех туристов) "*нечего делать в лесу, потому что они не умеют себя правильно вести, что их надо выгнать (например, перевернуть машины или повалить палатки)*" (ПМ: Никитина С., 2001 г.). Правда, реальных случаев нападения на туристов рассказчики-индеанисты не припоминают, это были всего лишь идеологические заявления, но показательны то, что насилие в адрес вещей (машины, палатки) может прочитываться как символ экологической направленности движения. Во время уличных акций с участием скинхедов насилие против собственности может принимать и более однозначные формы: поджоги дверей, разбивание стекол, расписывание своими лозунгами расцениваются как одна из форм агрессии по отношению к тем, кого они считают "врагами", – например, мелким торговцам – приезжим из южных регионов России и стран СНГ.

Обмен и взаимопомощь. Внутри субкультурных сообществ действуют нормы взаимопомощи и обменные отношения, которые становятся часто необходимой базой совместных действий.

Важнейшая форма взаимопомощи – предоставление друг другу *вписки* – ночлег во время путешествий по трассе. Характерна тенденция к объединению доступных ресурсов для проведения коллективных мероприятий. Например, пустить в свою (или родительскую, но временно свободную от их присутствия) квартиру для проведения рок-концертов – *квартирников* (*флэтовников*, от хип. *флэт*: англ. flat – "квартира") либо художественных выставок. Квартирники стали одним из ярких проявлений жизни музыкального и художественного андеграунда в России 1970–1980-х годов, но и в наши дни (в 2000-е годы) оказываются опять актуальны.

У скинхедов практикуются "скин-обмены" ("культурные обмены"), когда группы бритоголовых из разных городов посещают друг друга, устраивая концерты музыки *oi* (так называемого "белого рока"); при этом группы местных скинов принимают приезжих в качестве гостей, развивая связи, установившиеся по переписке через Интернет. Музыкальные мероприятия разных направлений на открытом воздухе – *open-air* – различаются как "коммерческие" и "некоммерческие"; последние строятся также на основе обменных отношений. Так, весной 2004 г. под Санкт-Петербургом проходил

фестиваль кельтской музыки "Сан-Рейн", связанный с субкультурой ролевиков и реконструкторов; платы с присутствовавших не требовали; по словам участников, "фестиваль организуется спонтанно группой музыкантов и их друзей, и, конечно, здесь никто ничего не зарабатывает, люди приезжают просто посмотреть, как растут деревья, потанцевать, пообщаться" (ПМ: Кравченя А., 2004). Опен-эйры характерны и для субкультуры "пси-трансеров" (*psy-trance* – вид электронной музыки, вариант техно). В их среде высоко ценятся новизна и оригинальность музыкальных композиций, культивируется потребность в свежих впечатлениях. Музыка здесь необходима для поддержания особого состояния психики, а новизна и разнообразие ее – для получения все новых оттенков ощущений. Постоянное пополнение музыкальных коллекций происходит за счет обмена записями. Рядовые участники переписывают друг у друга музыку в формате МР3, но более престижными считаются записи на лазерных дисках. Ди-джеи обмениваются последними. Каждый ди-джей старается отыскать уникальные записи; самой престижной считается музыка, которая не только никому не знакома, но не была и вообще не будет издана. Приобретение таких записей обеспечивается сетевыми связями ди-джея среди музыкантов: каждый ди-джей устанавливает связи с музыкантами, записывающими музыку, большая часть которой вообще не появится в альбомах или на дисках. Ди-джеи могут получать ее и проигрывать на дискотеках. Для музыкантов это важно как средство популяризации их музыки и просто проявление дружеского отношения. Именно распространенность такого рода обменов отличает "некоммерческую" музыку (которая как раз и ценится в рамках субкультурной среды) от "коммерческой", к которой относятся настороженно. Коммерческая музыка кажется менее престижной еще и потому, что ди-джеи ставят "хиты", в то время как "настоящих" трансеров привлекает уникальность имеющихся у них записей (пусть малоизвестных исполнителей) (ПМ: Стрижов Н., 2003).

Привлечение ресурсов извне: аск и мелкое воровство. Среди форм адаптации к условиям ограниченности материальных средств особое место занимает аск – практика, направленная на привлечение дополнительных ресурсов вне своей среды путем попрошайничества. Аск (от англ. *to ask* – "просить, спрашивать") практикуется не только как средство жизнеобеспечения, но и как особая форма коммуникации. Эта практика, восходящая к традициям хиппи, сейчас характерна в целом для молодежного андеграунда: уличных музыкантов, хиппи и всех, кто наследует их традиции, панков; периодически она фиксируется у алисоманов и др. Субкультурные различия касаются не столько самой практики, сколько способов ее легитимации, приписываемых ей символических смыслов, фольклорных репрезентаций, т.е. субкультура определяет теперь уже не столько саму практику, сколько способы ее включения в дискурс. С практикой аска связана особая лексика (понятная представителям разных субкультур). Собственно выпрашивание денег обозначается как *аск*, *шапкование*, *иляпничество*; *сейшн*. Сейшн – в случае, если *аскают* уличные музыканты: тем же словом обозначают и вообще концерт, выступление музыкантов (ЛР 2005).

Человека, занимающегося *аском*, называют, соответственно, *аскер*, или *аскадёр* (Никитина 1998: 16; Бояринцев 2004). Эти слова используются и ситуативно (указывают на лицо, которое просит в данный момент), но чаще относятся к тому, кто живет за счет попрошайничества (*сидит на аске*) постоянно или известен как специалист этого дела, виртуоз. На нижегородском форуме упоминается псевдоним девушки – Аска (Нижний Новгород). Таким образом, через занятие аском может определяться как статус, ситуативная роль, так и идентичность (в субкультурной среде прозвище обычно указывает на принадлежность к той или иной субкультуре, а иногда и конкретной группировке). *Аскерка* – головной убор (кепка, шапка – по сезону), футляр от музыкального инструмента, сумка, рюкзак, любая емкость, куда кладут пожертвования уличным музыкантам. Но *аскерка* – также и девушка, занимающаяся аском, кото-

рая подходит к прохожим с шапкой в руках, выпрашивая денег: "живая шляпа" (ЛР 2005).

Занятие это служит одним из идентификаторов принадлежности к "своей" среде – андеграунду или конкретной субкультуре. Отношение к практике аска – опознавательный знак, позволяющий отличить "своих" людей, а сама попытка осуществить ее – своеобразный тест. В 1980-е годы аск был опознавательным знаком системы (Щепанская 1993; 2004). Как рассказывал мне тогда информант Т., в любом незнакомом городе, увидев тусовку, к кому-нибудь "можно подойти: – Давай создадим общество взаимного кредита! – и посмотреть, как ответит. Если: – Чего?! – значит... не выезжает. Может поддержать игру – тогда можно продолжать разговор" (СПб., запись 1987 г.). Здесь аск обыгрывается уже не как добывание денег, а как типовой сценарий, знакомый своим (на базе которого можно строить дальнейшие отношения) и шокирующий чужих (укрепляющий барьер на границах сообщества).

Аск как практика жизнеобеспечения вписывается в сценарии нескольких более широких практик: *трассы* ("вольных путешествий" автостопом), уличного музицирования, сквоттерства (заселения пустующих помещений), благотворительности. Различие контекстов отражает лексика, различающая *стритовой* (т.е. уличный, от англ. *street* – "улица") и *трассный аск*. Последний означает выпрашивание денег (а также еды, ночлега, других ресурсов и помощи) в дороге – *на трассе*, во время путешествий.

Путешествия – характерная черта современных молодежных субкультур, важная для поддержания инфраструктуры, обеспечивающей распространение субкультурной информации. Хиппи едут на "Радугу", трансеры – на open-air'ы, айсоманы – на концерты любимой группы, футбольные фанаты – на матчи своей команды. Ездят на рок-фестивали, выступления религиозного учителя, в "места силы", чтобы "зарядиться энергией" или "очистить карму". В условиях ограниченности материальных ресурсов аск выполняет функции жизнеобеспечения, при этом вписываясь в идеологию "вольных путешествий".

"Желаю удачно бродить босиком, аска в теплой трубе! Теплой трассы!" – характерное хипповское пожелание. Трасса и аск помещаются в общий контекст. Трасса – восходящий к традиции хиппи комплекс обычаев, ориентированных на путешествие с минимальными затратами. Главное здесь свобода передвижения, независимость, в том числе и от денег (как частный случай независимости от общества, силу и власть которого они воплощают). Многочисленные рассказы о человеке, который "проехал всю страну" с мелочью в кармане, характерны не только для постхипповских субкультур, но и, например, для футбольных фанатов, неотъемлемой составляющей субкультуры которых являются *выезда*: петербургские фанаты рассказывали легенды, как люди ехали в Ростов, имея при себе 3 тыс. (в то время около 1 долл.).

Трассе, путешествиям придается духовный, мистический смысл – как способу обретения свободы; надо путешествовать налегке, открывшись миру, веря в доброту встреченных людей. Все, что нужно, можно получить от людей – за счет аска. В этом контексте и аск оказывается духовной практикой обретения веры в человеческую доброту. Автостопщики говорят, что трасса даст все, что нужно; к этому иногда добавляют и растаманское: "Джа даст нам всё".

В рамках трассы развивается ряд технических приемов аска. Например, *тележный аск*, когда попрошайничество подкрепляется историей (*телегой*): жалостной, смешной, неожиданной, – главное, чтобы человек вышел за рамки привычных стереотипов. Собственно, рассказывают о своих путешествиях, поражая воображение собеседника тем, какой дальний путь уже пройден и какой еще предстоит пройти.

В целях аска используются и вещи, которые берут с собой в дорогу. Например, Антон Кротов описывает применение *торпеды* – пластиковой бутылки из-под лимонада, куда насыпают килограмм крупы. С одной стороны, это запас на черный день, с другой – можно использовать в качестве маракасов. С данной "торпедой" стопщик захо-

дит в стационарный буфет, кафе, столовую, просит кипятка, чтобы сварить кашу. Встает вопрос, куда налить, дают кастрюлю, затем – где вскипятить, ставят кастрюлю на плиту, а потом повара обычно соображает, что быстрее и легче, чем варить эту кашу, просто накормить путешественника, да еще выслушать его байки. После этого можно уже напрашиваться и на ночлег. С той же целью и по той же методике используется походный котелок (просят вскипятить воду), чайник и даже кружка: аск "способом чайника" или "кружечным способом" (Кротов 1997: 62).

Еще одна практика, в сценарий которой вписывается аск – *уличное музицирование*. Можно аскать и в одиночку, но чаще это все-таки коллективная практика. Типичная группа: один-два музыканта (типичные инструменты: гитара, блок-флейта, барабаны-джамбеи, маракасы; репертуар: рок, бард-рок, в том числе собственного сочинения; другое исполняется редко); один-два аскера подходят к прохожим, улыбаясь, приплясывая, иногда устраивая целое представление; нередко у них есть группа поддержки (как моральной, так и – на случай нападения – силовой).

В рамках этой практики обнаруживается тенденция к профессионализации аска: совершенствуется техника, появляются специалисты-аскеры, которых музыканты специально приглашают в свою группу, особенно перед поездкой. Заметим, что есть музыканты, не желающие играть на улице в родном городе, занимающиеся этим только на выезде. На одном из блогов (серверов, где размещаются электронные дневники пользователей) есть дневник такой аск-специалистки. Пишет, что получила письмо от малоизвестных музыкантов: "Смутно надеюсь, что ты меня помнишь! Нам тут аскер нужен. Города – Киев, Краснодар или Питер... просто у нас проблема с аскерами и с аскерками". «Ну да, здорово, что аскера нужны, – комментирует девушка. – А я тоже поработать хотела бы... а музыканты знакомые либо разбежались, либо я с ними не общаюсь сейчас, либо "уровень не тот, чтобы по переходам играть", а мне деньги нужны и я не прочь поаскать под позитивного музыканта» (LI 2006).

В среде уличных музыкантов развиваются технические приемы аска, приближающие эту практику к актерскому мастерству. Лексика фиксирует попытки классификации аска, в зависимости от его приемов и контекста: вольный vs музыкальный, сухой vs гитарный аск – противопоставляются в зависимости от контекста: музыкальный или гитарный – включенный в контекст уличного музицирования – противопоставляется простому попрошайничеству. Музыкальный аск воспринимается уже скорее как форма обмена: люди дают деньги в благодарность за полученное удовольствие. При этом и сам аскер играет не последнюю роль: он также стремится произвести впечатление, доставить удовольствие, танцуя, показывая пантомиму, рассказывая дорожные байки – *телеги*. "Аск – мелкое попрошайничанье, перерастающее, посредством телег, в театр одного актера", – так определяет этот вид аска старый хиппи (Бояринцев 2004). Опытный аскер не будет приставать к прохожим – он добьется того, что тем самым захочется его отблагодарить. О такой технике говорят: *артистический аск*, а о тех, кто владеет ею – *аскадёр*. «Аск – это искусство заговаривать зубы обычным людям хорошими телегами под хорошую музыку, – пишет некто, представившийся как "олдовый хиппи" в дискуссии на интернет-форуме. – Если все так, то человек с радостью даст вам немного денег и пойдет дальше с хорошим настроением» (Gunka 2005).

Сквоттерство – еще один контекст, в котором значима практика аска. Сквот – пустующее помещение (расселенный на капитальный ремонт дом, заброшенный завод или склад), самовольно занятый группой молодежи (Голова 1999). В сквоттерстве 1990 – начала 2000-х годов можно видеть как влияние европейских практик захвата помещений, так и российской (преимущественно петербургской) традиции ночевать, а иногда и устраиваться на временное коллективное жительство в расселенных для капитального ремонта домах – *на капиталках*. В Санкт-Петербурге за последнее десятилетие было несколько сквотов, в основном инициированные панками – анархистами, стрейтэджерами (англ. *straight edge* – прямой путь или четкая линия; подробнее см.

ниже, в разделе о DIY-культуре). Среди них известный (особенно благодаря сайту в Интернете) сквот "Клизма", существовавший в трехэтажном здании у Нарвской заставы в 2003–2004 гг. Инициаторы захвата – анархо-панк группа "Панк Возрождение" и Питерская лига анархистов, но жило там много разнообразного народа. Как обычно на сквотах, занимались творчеством, время от времени устраивая сейшны (концерты), выставки и перформансы. Жили общиной, в основном за счет аска. Ходили группами, по очереди, играли в подземном переходе (на сленге называется *труба*). На собранные средства покупали продукты, готовили на всех в одной кастрюле: ужинали все вместе после возвращения аскеров. Из тех же продуктов готовили завтрак. Мелочь от аска сбрасывали в чайник, игравший роль общей копилки. В данном случае аск – элемент общинных практик, связанных с равным (по возможности) распределением как трудовых усилий (*аскали* поочередно, кто не играл, входили в группу поддержки), так и собранных средств.

Наконец, все больше распространяется практика аска в целях *благотворительно-сти*. Панки-стрэйтэджеры, играя на улице, собирают средства для акций "Еда вместо бомб", действуя в рамках мировой сети "Food not bombs". Сеть формируется из независимых групп, собирающих оставшиеся после приготовления блюд продукты в ресторанах, либо готовящих самостоятельно еду для бездомных. Идеология *straight edge* отдает предпочтение веганской еде (исключающей продукты животного происхождения) по идеологическим соображениям (отказ от убийства животных как проявления спешизма – дискриминации по признаку биологического вида). В Санкт-Петербурге регулярно устраиваются акции "Еда вместо бомб", средства для которых зарабатывают участники, играя в панк-группах (ПМА 2005–2006 гг.).

Итак, какую роль играет практика аска в функционировании субкультурных сообществ? Устоявшиеся формулы чаще всего фиксируют сбор денег:

– на дорогу: "Не хватает пяти рублей на билет до дому" (*Розин* 1990: 97). Аск – стабильный источник средств на путешествия. Так, участники группы "Ключ" из Санкт-Петербурга пишут о своем путешествии в Индию, куда они слетали по льготной акции Аэрофлота: "*Мы как раз осенью насейшенили эти деньги в Европе (я играл на гитаре, Синица на флейте) и решили – летим!*" (Интернет–4 2007). Сейчас я не рассматриваю, насколько это сообщение достоверно (достоверность не обязательна для жанра *телеги*), но поместивший этот рассказ человек из сообщества "Радуги" на страничке этого сообщества в "Живом журнале" полагал, очевидно, что его содержание не противоречит законам жанра и будет воспринято одобрительно;

– на посещение рок-фестивалей, концертов – культурных мероприятий: "Так и так... билет купить не на что..." (ПМА 2004 г. Парень 16 лет таким образом *нааскал* 100 руб. на билет на фестиваль "Нашествие", куда он приехал автостопом);

– на поддержку рок-групп: "Поддержи отечественный рок", "Сделайте взнос в фонд развития русского рока" (ПМА 2006–2007 гг.). Судя по рассказам уличных музыкантов, аском они зарабатывают себе на музыкальные инструменты: одна из моих корреспонденток (ответ на анкету о дорожных традициях) за неделю на Старом Арбате заработала на новую гитару, а Д. пишет, как они всей группой "аскали 4 дня по 5 часов, язык заплетался, знакомые музыканты шарахались", чтобы купить джамбей (Интернет–3 2006).

Таким образом, аск служит для участников субкультурных сообществ источником средств для поддержания культурного производства (музыкальные группы, покупка инструментов) и потребления (посещение фестивалей, поездки), т.е. собственно для воспроизводства субкультуры. Во всяком случае, тексты фиксируют именно такое применение собранных попрошайничества средств. Только эти цели аска легитимны, этические нормы и "правила" ("законы") аска пресекают попрошайничество ради иных целей.

Существуют *нормы и интерпретации аска*. Например, есть правило "ограничения аска": просить нужно столько, сколько человеку не жаль будет отдать; и, кроме того, нельзя просить сверх необходимого: хочешь есть – проси на еду, нужен инструмент – собирай на него. Но деньги не должны быть самоцелью. Собственно, смысл аска – независимость от денег (родительских денег, работы, т.е. от связанного с ними социального контроля). Дополнительной легитимацией этой установки служат мистические представления о том, что если все время помнить о деньгах, беспокоиться, стараться набрать побольше – аск не пойдет, много не нааскаешь. Настоящий аскер испытывает *кайф* от самого процесса, к людям относится с любовью, развлекает их и сам испытывает удовольствие – и аскает значительно удачнее (ЛР 2005). Аск идет у того, кто забывает про деньги.

Другие "законы аска" сдерживают конкуренцию между аскерами: как и на трассе, если самое удачное место занято, нужно уйти и искать другое, нет никаких "прав" на "свой" места, даже если до этого группа уже некоторое время играла там.

Важно подчеркнуть, что аск ориентирован на обеспечение притока в субкультурные сообщества ресурсов извне "своей" среды: от *цивилов*, или "обычных людей", т.е. не принадлежащих ни к какой субкультуре. Попрошайничество у своих пресекается известной формулой: "Да не аскай у аскера, да не обаскан будешь" (напр., см.: Хиповские 2006). Эту формулу иллюстрирует упоминавшийся выше сюжет о том, как некто неосторожно пытается что-нибудь выпросить у хиппи (вариант: панка, другого *пипла*), но в результате сам предлагает ему материальную помощь. В этой роли выступает представитель другой субкультуры, "гопник" и даже милиционер. Упомянутый выше Крыс прислал на сайт "Нового Андеграунда" следующую историю: «*Я стою с девушкой, собираемся идти гулять по городу, подваливает какой-то чел, в таких рваных и грязных джинсах, патлатый и спрашивает, можем ли мы дать бедному панку хоть сколько денег. У моей знакомой оказалось только 30 рублей на метро (это на одну поездку). Он: "Слушайте, может вам дать, а то я тут себе уже нааскал"»* (Там же 2006). В среде своих аск уступает место нормам взаимопомощи, включается в их контекст. Средства здесь перераспределяются в пользу того, у кого их сегодня нет – предполагается отложенная компенсация (когда у тебя не будет, а кто-то будет при деньгах – помогут и тебе).

Люди из своей среды (той же субкультуры или вообще андеграунда), увидев аскеров с работой, реагируют по-иному: подходят, разговаривают, иногда начинают вместе играть. Как минимум, просто здороваются. "Если я встречаю музыкантов в переходе, когда еду домой с работы, – пишет молодая женщина, которая, по ее словам, тоже занималась этим в 1996–2002 гг., – застреваю надолго... тем более, даже если я их не знаю, все равно находится куча общих знакомых из разных городов, т.к. я очень много ходила стопом и заимела кучу друзей... во многих городах" (Интернет–1 2005). Внутри субкультурной среды аск действует не как источник материальных ресурсов, но как форма коммуникации, в частности, возобновления связей (расспросить, рассказать об общих знакомых). Но также может стимулировать и перераспределение ресурсов. Например, прохожий *пипл* предложит *вписку* – ночлег, а музыканты *впишут* его с друзьями на свой сейшн – концерт в клубе или квартирник (эти формы вполнеживаются с уличным музицированием).

Итак, аск – практика привлечения ресурсов на поддержание субкультуры извне. Однако любопытно отметить, что самими аскерами эта практика описывается скорее как символический обмен. Деньги люди отдают (как это представлено в рассказах об аске) добровольно, как бы в обмен на нематериальный ресурс: песни и музыку, актерское мастерство аскера, *телеги* (т.е. интересные повествования) и просто *прикольность* – приятное впечатление, обаяние.

Другой вариант – когда аск в рассказах-*телегах* представляется как осуществление отложенного обмена. Я имею в виду распространенный сюжет "Бывший панк (хиппи) –

водитель шикарной машины". Автостопщик останавливает на трассе машину – а ее водитель – бывший хиппи (или панк и т.п.). Люди когда-то хипповали, потом повзрослели, у них появились деньги, квартира, машина, и теперь они могут дать молодым панкам или хиппи денег, вписку (т.е. пригласить к себе переночевать в богато обставленную квартиру), посадить на трассе в свою неизменно шикарную (в рассказах) машину. Все это делают с радостью, как бы возвращая долг за свою хипповскую молодость, а наградой им служат ностальгически-будоражащие рассказы молодых. *«Я приехал, до Воронежа там немножко, – рассказывает мне 16-летний парень после возвращения с трассы. – Ну там мужик вообще попался – там "Сектор Газа", вообще, панк какой-то (смех). Всю дорогу "Сектор Газа" слушали, пели песни. Вообще, вдвоем орали, короче, веселились там по полной...»* (ПМА 2004 г.).

Таким образом, аск представляется как практика, посредством которой нормы взаимопомощи, принятые в самой субкультуре, распространяются вовне – аскеры не просто выпрашивают, но тем самым и подают пример "по-настоящему человеческих" отношений между людьми: предоставляют возможность "цивилам" сделать добро и ощутить от этого удовольствие. Аск в этом контексте предстает уже как своеобразное "миссионерство".

И для самих аскеров это тоже в определенном смысле "духовная практика": она позволяет ощутить "любовь к людям" и "узнать людей с лучшей стороны", преодолеть коммуникативный барьер (трудно в первый раз выйти просить на улицу), нести в общество свет "хипповской любви" (если это хиппи), ценности анархизма и straight edge (если панки-стрэйтэджеры), сохраняя независимость от денег и осуществляемого при их посредстве социального контроля. Можно заключить, что аск – не только экономическая практика. Обеспечивая экономические основы воспроизводства субкультуры (существования музыкальных групп, возможностей их поездок, проведения фестивалей, временного жилья и перемещения групп поклонников), аск в то же время воспринимается и как символическая репрезентация субкультурных ценностей.

Ориентация на компенсацию недостатка собственных ресурсов ресурсами, получаемыми из социального окружения, может принимать и другие формы (наряду с аском или вместо аска).

В нарративах, имеющих хождение в различных неформальных сообществах, упоминается как способ самообеспечения мелкое воровство, причем именно в контексте практик, идентифицирующих субкультуру. Чаще всего в связи с практикой трассы или выездов. Сразу следует оговориться, что речь идет именно об упоминании воровства в нарративных самопрезентациях, а не о фиксации реальных случаев. Мы рассматриваем такие рассказы здесь именно как фольклорный мотив, одно из символических указаний на культовую бедность, "безденежье" в качестве идентификатора "своей" среды.

Подобный мотив фиксировался в автобиографическом романе С. Сакина и П. Тертерского; здесь они приводят сленг одной из московских молодежных компаний конца 1990-х годов (слова, как говорят авторы, восходят к сленгу футбольных фанатов): *«"скам-штаны – широкие штаны с карманами-милитари по бокам. Чрезвычайно необходимы и очень удобны для магазинных краж"; к той же практике относятся такие сленговые слова, как *пробить заточ* – "достать (обычно украсть) и немедленно съесть какую-либо еду"; *тихушник* – одетый в штатское полицейский или охранник в магазине; *гляделка* – видеокамера слежения. Слово употребляется при обсуждении дислокации камер наблюдения в магазинах, чтобы не привлекать внимания охраны магазина интернациональным словом "камера"»* (Сакин 2000). У ролевиков и воровство приобретает игровые формы. В рассказах участников ролевых игр среди прочих рас (эльфов, хоббитов) фигурируют *кендеры*. *«Кендер – это маленькое создание, которое все кендерит... ("Сага о копье")... Маленькие создания, которые видят вещь, спрашивают у нее: "Хочешь стать моей?". Когда вещь не отвечает, они*

считают, что молчание – знак согласия... это те, которые все прут, короче, подряд. Все, что под руку попадается» (ПМ: Гусев А.С. 2001–2002 гг.). В этой ситуации "скендерить" не означает "получить выгоду" от украденной вещи; это скорее воспринимается как проявление общности вещей, находящихся в пространстве игры. Большинство субкультур, связанных с практикой путешествий, разделяет табу на воровство у водителей попутной машины – в этой ситуации даже мелкое воровство полностью исключается. У наследников системы этот запрет подкреплен поверьем, что, воруя у водителя, воруеть свою трассовую удачу (Чередникова 2003: 92).

Производство маркеров идентичности. Субкультурам безденежья не чужды и некоторые формы производительной деятельности. Многие из них придают большое значение самодельным вещам, которые имеют у них более высокий статус, чем покупные. Так, особое отношение к фенькам (самодельным браслетикам из кожи, ниток, бисера) в системе объясняли так: "Все дарят друг другу шикарные украшения, а мы будем дарить то, что сделали сами". Есть версия, что хипы играли в карты, а поскольку ни у кого не было денег, то проигравший отдавал свою феньку. Самодельная вещь сохраняет часть души своего хозяина (того, кто ее сделал), и потому такой подарок ценнее, чем покупной (см. выше). У индеанистов принято самим шить одежду и обувь по этнографическим образцам. Во время Пау-Вау устраивают выставки, делясь друг с другом секретами мастерства. Этими вещами обмениваются, их дарят во время разных церемоний. Шитье одежды, обуви, изготовление игрового оружия и доспехов распространено у ролевиков и реконструкторов. В туристической среде шьют снаряжение: палатки, рюкзаки и проч. В молодежном сленге (особенно хипповском и к нему восходящем) имеется слово *самострок*, для обозначения собственноручно изготовленных (сшитых) вещей; в 1970–1980-е годы им обозначались самодельные джинсы.

Некоторые самодельные продукты (не только материальные, но и, например, музыкальные) продаются за деньги, особенно в путешествии. Формой самообеспечения по пути, в чужих городах, служат выступления в качестве уличных музыкантов. «Я раньше панковала, поехала на "Алису" в Москву, конечно, на собаках – денег не было, десять копеек. Ехала на Арбат денег заработать: я на гитаре играю... А в Москве осталась еще на две недели, заработала денег на гитару и на обратный билет» (ПМ: Капран С.А. 2004 г.). Ситуация воспринимается как близкая практике аска, но все-таки в большей мере позволяющая сохранить достоинство.

Другое средство самообеспечения – продажа атрибутики людьми из системы – бисерных и кожаных браслетов, медальонов, кошелечков-ксивников, – которые иногда специально делаются для продажи. Такие предметы изготовители обычно отличают от тех, что изготавливают для себя или специально для кого-то из "своих", предназначая в дар. Некоторый доход (впрочем, минимальный) от продажи атрибутики получают индеанисты, устраивающие "ярмарки" на Пау-Вау. Покупают вещи в основном новички или гости, в то время как между старыми знакомыми преобладают обмены и взаимные дары. Реконструкторские клубы имеют некоторый доход от продажи изготовленных их членами ремесленных изделий: украшений, предметов литья, оружия (реконструированного по историческим образцам). В устав таких клубов включается право на заключение от своего имени договоров на проведение театрализованных представлений и городских праздников, участие в киносъемках и т.п. В данном случае наблюдается переход от неформальной структуры межличностного общения (тусовки), где знаковые вещи выполняли только коммуникативную роль, к организации, позволяющей актуализировать материальную сторону вещи – ее стоимость. Следует отметить, что в подобных организациях, находящихся под влиянием субкультуры, преобладают коммунальные формы распределения получаемого дохода. В уставе клуба исторической реконструкции "Северный путь" (СПб.) сказано, что все средства полностью поступают в казну клуба; из этих средств непосредственным участникам выступлений может быть выплачено жалование по решению совета клуба (Тинга)

(ПМ: Лубнина П.Ю. 2004–2005 гг.; ПМА 2005 г.). Основная часть заработанных средств идет на поддержание функционирования клуба (изготовление атрибутики, плату за помещение, поездки и т.д.). Таким образом, такое мелкое производство подчиняется целям коммуникации – используется для поддержания коммуникативной структуры.

Описывая соотношение практик даров и продаж субкультурной атрибутики, можно заметить следующую тенденцию: чем дальше социальная дистанция между изготовителем и получателем вещи, тем выше цена. По самой высокой цене вещи продаются чужим (как правило, это менее "лично" или символически нагруженные вещи), а между близкими друзьями приняты дары, причем подаренная вещь воспринимается как несущая частицу души дарителя, ее смысл – напоминать о нем и поддерживать связь. Так, через подаренную вещь усилия, вложенные в ее производство, направляются на поддержание структуры сообщества. Если вещь, снабженная субкультурной символикой и сама являющаяся символом, продается, то она способна нести две функции. Во-первых, получаемые за нее средства обеспечивают поддержание некоторых форм коммуникации в среде носителей субкультуры. Например, вещь, проданная на трассе, обеспечивает возможность путешествовать между городами и тем самым – распространение субкультуры по более широкой территории, чем зона ежедневной доступности. Большинство субкультур функционирует сейчас на базе не только межгородских, но и межгосударственных сетевых структур, в поддержании которых практика трассы (со всеми характерными для нее способами привлечения средств) играет не последнюю роль. Во-вторых, вместе с вещами, проданными в качестве сувениров, или музыкальным продуктом, купленным для отдыха и развлечения, распространяется субкультурная символика. Заинтересовавшиеся ею (пусть немногие) обратятся за интерпретациями к носителям традиции, что открывает путь к притоку новых членов в субкультурную среду, либо, по меньшей мере, к установлению связей между этой средой и ее ближайшим окружением.

DIY: альтернативные сетевые структуры производства/распространения/потребления. Завершенный вид производство и распространение субкультурного продукта (чаще всего музыкального) принимает в системе DIY (Do It Yourself, т.е. "сделай сам"), которую мы опишем на примере панк-музыкальной тусовки. Эта система включает в себя панк-группы, как производителя продукта; *лэйблы* (студии звукозаписи, присваивающие продукту свои марки – от англ. *label* – "марка, ярлык"); *дистри* – система дистрибуции, распространения записей; *фэнзины* (от англ. *fan + magazine* – "фанатский журнал") – самодельные журналы, через которые распространяется информация об этих группах, их концертах и альбомах, панк-клубах, а также об идеологии панка и акциях панк-движения. Таким образом, эта система представляет собой самостоятельную сеть, обеспечивающую производство, распространение продукта, а также поддержание стабильного круга потребителей (за счет формирования стиля жизни через распространение панк-символики, идеологии, вовлечения в совместные действия).

Организованное на базе этой системы панк-сообщество получило название *сцена*, основной чертой этой системы считается стирание различий между производителем и потребителем продукта. Действительно, одни и те же люди могут играть в группе, посещать панк-клубы в качестве зрителей, участвовать в изданиях фэнзинов и коллективных акциях. Такая организация позиционируется как альтернатива шоу-бизнесу, диктату крупных (особенно транснациональных) корпораций, т.е. ей придается идеологический смысл – система мелкого производства вписывается в рамки панк-антиглобалистской идеологии. Предполагается, что с ее помощью панк-исполнители могут избежать зависимости от крупного производителя и тем самым – коммерциализации, которая, в соответствии с мифологией современного панка, погубила панк-рок первой волны.

В системе DIY на производителя и распространителей продукции накладываются определенные ограничения, а оплачиваемые в денежной форме работы сочетаются с производимыми на волонтерской основе. Так, накладываются ограничения на цену билета на концерты панк-групп – чтобы денег хватило только на минимальную поддержку самих музыкантов, технического состояния аппаратуры – но получение прибыли не предполагается. Цены на журналы назначаются с таким расчетом, чтобы только оправдать типографские расходы (чаще всего печатают на ксероксе или принтере), а часть тиража распространяется бесплатно. Во время концертов посетители зачастую привлекаются к установке аппаратуры, а иногда их приглашают заменить отсутствующего музыканта. Иными словами, структуры производства и потребления продукта переплетены, а средства от реализации продукта идут большей частью на поддержание самой среды. Разделению панк-сцены на исполнителей и аудиторию препятствует и идеология самой панк-музыки, удерживающая ее от профессионализации: в панк-роке ценится не отточенность звука, а искренность исполнения и честность текстов. Это позволяет практически любому из аудитории выйти на сцену и сыграть. Отсюда же непривлекательность большей части панковской музыки для крупных звукозаписывающих фирм; попытки же придать панк-композициям более профессиональное звучание, пригодное для шоу-бизнеса, сразу делает их отличными и "чужими" для панк-аудитории. Считается, что это способ самозащиты панк-рока от коммерциализации.

С начала 1980-х годов в панк-среде активно идет пропаганда стиля жизни "straight edge" (от англ. "прямой путь") с лозунгами здорового образа жизни (отказ от алкоголя, табака, наркотиков, беспорядочного секса и веганство) как выражения протеста против нездорового образа жизни, распространяемого глобальной цивилизацией; поддерживается движение за права животных и против пивных и табачных корпораций. Система DIY в этом контексте начинает работать как система производства/распространения вегетарианской пищи и продуктов из сои (которые предлагаются в качестве замены мясным продуктам) (*О'Хара* 2003: 188–204). В середине 1990-х годов стрейт-эдж начинает оформляться в особую субкультуру, нередко дистанцирующуюся от панка.

* * *

Итак, рассматриваемые нами молодежные субкультуры поддерживают потребительские (и иногда производственные) формы, обеспечивающие их самовоспроизводство. Уровень потребления может служить различительным признаком, поддерживающим отграничение среды носителей субкультуры от ее социального окружения.

Молодежная среда, выделяющаяся в своем социальном окружении более низким уровнем доступных ресурсов, демонстрирует символы "нищеты" и культивирует стратегии самообеспечения, привлечения ресурсов извне и минимализации потребления. Наблюдается приоритетное направление имеющихся средств на поддержание коммуникативной структуры, а не комфорта (подобный приоритет символизируется как "духовность", "примат духа над телом", "осуждение материализма" и т.п.). Такая стратегия характерна как для сообществ, находящихся на самой периферии социальной структуры (низкодоходные группы населения), так и для тех, которые сознательно отказываются от привычных их социальному окружению благ, культивируя "нищету" в качестве различительного признака.

Фактически эта стратегия (как и стратегия демонстрации высокого уровня потребления, типичного для некоторых молодежных сообществ) ориентирована на обеспечение самовоспроизводства субкультуры, в том числе системы коммуникаций, на базе которой она формируется и существует.

Литература

- Аксютина 1999 – Аксютина О. Панк-вирус в России (сборник интервью). М., 1999.
- Бояринцев 2004 – Бояринцев В. Сборник рассказов о хиппи 70-х. Приложение: Словарь сленга // Сайт В. Бояринцева – <http://bazilevs.narod.ru> (2004).
- Голова 1999 – Голова Т. Сквоттеры в Петербурге: практика захвата и образ жизни // Молодежные движения и субкультуры Санкт-Петербурга (социологический и антропологический анализ). СПб., 1999. С. 128–153.
- Дергачев – Дергачев (Santa). Бестолковый словарь автостопщика // Сайт "Магистраль" – main-road.org.ua. (Б/д).
- Ильин 2001 – Ильин В.И. Потребление в социальном поле // Социология потребления. СПб., 2001. С. 30.
- Кротов 1997 – Кротов А. Практика вольных путешествий. М., 1997.
- Лак – Лак П. Летопись Московской системы. Дхарма хиппи // Сайт "Hippy.ru" – <http://www.hippy.ru> (Б/д).
- ЛР 2005 – Монетка на счастье, или опыт живой шляпы [автор не указан] // Литературная Россия Online. 15.07.2005. – <http://www.litrossia.ru>.
- Никитина 1998 – Никитина Т.Г. Так говорит молодежь: словарь сленга. По материалам 70–90-х годов. СПб., 1998.
- О'Хара 2003 – О'Хара К. Философия панка: больше, чем шум. М., 2003.
- Розин 1990 – Розин М.В. Представления о родителях и семейных конфликтах в неформальной подростковой субкультуре // Вопр. психологии. 1990. № 4. С. 91–99.
- Сакин, Тетерский 2000 – Сакин С., Тетерский П. Больше Бэна (русский сюрприз для Королевы-Мамы). М., 2000.
- Хиповские – Хиповские телеги // Сайт "2001: новый андеграунд" – <http://newunder.narod.ru/ega.htm> [Б/д].
- Чередникова 2003 – Чередникова М.П. Культура трассы: автостоп в России // Современный городской фольклор. М., 2003. С. 86–102.
- McRobbie 1994 – McRobbie A. Postmodernism and Popular Culture. N.Y., 1994.

Сообщения в Интернете

- Интернет–1 – Исе. 18.09.2005. Форум группы "Пилот". <http://pilot.cool.ru>.
- Интернет–2 – Нижний Новгород – Молодежная стрелка (форум). <http://www.nnov.ru>.
- Интернет–3 – Дейдре. (Дневник). <http://www.liveinternet.ru/users/922576>.
- Интернет–4 – dao_bluesman. ЖЖ-сообщество Russian_rainbow. 4.04.2007. <http://community.livejournal.com>.
- Интернет–5 – Gunka. 30.04.2005. Форум "Звук вокруг". <http://www.zvukvokrug.ru>
- Интернет–6 – Сайт ВИК "Северный путь" (ноябрь 2005 г.). <http://www.north-way.spb.ru/>.
- Интернет–7 – Сообщение на форуме хиппи (адрес неизв). 12.02.2002.

Полевые материалы

ПМ – Полевые материалы: ссылки на полевые этнографические материалы, собранные студентами СПбГУ под научным руководством и по программам автора этой статьи (факультет социологии; Смольный институт свободных наук и искусств при филологическом факультете СПбГУ).

ПМА – Полевые материалы автора.