

КИДАЛТ КАК СОЦИАЛЬНО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЙ ТИП СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Аленькова Ю. В. (Учреждение образования «Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова», кафедра философии)

Аннотация. Рассмотрен комплекс социокультурных изменений, приведший к формированию социально-антропологического типа человека-кидалта.

Изменения, происходящие в современном обществе, меняют и человека, его жизненные принципы, привычки, способы самовыражения, модели поведения. Это, в свою очередь, влечет за собой трансформацию многих социальных институтов, отношений, способов коммуникации, ценностных ориентаций. Современный человек испытывает на себе влияние таких феноменов, как глобализация, массовизация, консьюмеризация, дигитализация общества и пр., которые меняют антропологическую модель культуры [1]. Возникают и новые социально-антропологические типы, репрезентирующие эту модель.

Одной из тенденций развития современной культуры является ее *ювенилизация*, то есть «омоложение поведенческих стратегий индивида, осуществляемое путем включения в них моделей поведения, конвенционально признанных присущими более молодым людям» [3, с. 77]. Именно эта тенденция сформировала человека-кидалта, который постепенно становится доминирующим социально-антропологическим типом современности.

Слово *кидалт* происходит от двух английских слов: *kid* – ребенок и *adult* – взрослый. Этот неологизм, появившийся впервые у американских психологов, исследователей истории детства [4; 6], сегодня стал распространенным термином, используемым в социально-гуманитарных исследованиях на постсоветском пространстве [2; 3; 5]. Кидалт – это взрослый человек, воспроизводящий в своем поведении модели поведения, свойственные ребенку. Взрослые дети смотрят мультфильмы, читают комиксы, играют в компьютерные игры, «в войну», в «машинки», и пр. Кидалты, как правило, успешны в карьере, но не привязаны к определенному месту работы. Они не торопятся создавать семьи и иметь детей. Получение «фана от жизни» – их кредо.

Тенденция ювенилизации общества порождена целым комплексом социокультурных изменений.

Во-первых, изменением антропологической модели культуры, для которой характерно размытие границ между феноменами детства и взрослости. Исследователи истории детства утверждают, что выделению детства и взрослости в самостоятельные социокультурные феномены способствовало становление принципов новоевропейской культуры: рациональное мышление, научное знание, развитие книгопечатания, оформление дисциплинарных пространств культуры (школы, тюрьмы, психиатрической клиники). Эпоха Нового времени рассматривала взрослого как *антропологическую норму*. Наличие в мышлении и поведении взрослого человека детских черт считалось отступлением от нормы. Эпоха второй половины XX века изменила эти границы, ослабила институциональный контроль над человеком, и новоевропейская модель взрослости исчезла, а вместе с ней исчезли и критерии взрослости (полученное образование, самостоятельное проживание, собственная семья, выстроенная карьера, накопленный капитал и пр.). Молодежные субкультуры второй половины XX – начала XXI века позиционировали себя как протестное движение против мира «взрослых», однако принадлежность этим субкультурам определялась не столько возрастом, сколько мировоззрением, ценностями, стилем жизни. Это во многом способствовало расшатыванию традиционных представлений о взрослости как образе желаемого будущего.

Во-вторых, формированием общества потребления, предоставляющего человеку множество возможностей «иметь» и жить в удовольствие. Если новоевропейская модель культуры ранжировала и оценивала детей по шкале их успехов в усвоении опыта взрослых, воплощенном в книгах, в научных законах, социальных нормах, то общество потребления ранжирует людей, исходя из потребительских возможностей. Продукция, ориентированная на запросы кидалтов, образует сегмент потребительского рынка, который претендует на статус престижного. Создаются гаджеты, компьютерные игры, мультфильмы, специальные каналы TV (например, канал «2 x 2»), дорогие автомобили (тюнинг-автомобиль – символ успешного кидалта), модели для сборки (самолеты, корабли), фэшн-куклы и пр. Многие кидалты – люди далеко не бедные, представители бизнеса, которые «расслабляются», играя в дорогие игрушки. Кидалты – также целевая аудитория индустрии развлечений.

В-третьих, возникновением нового типа коммуникации, связанного с развитием телевидения, IT-технологий. Если чтение и рациональное мышление, начиная с эпохи Нового времени, приобщали человека к миру взрослых, то современное TV и Интернет приобщают всех людей к миру детей и подростков. Формируется новый тип сознания – клиповое сознание, воспринимающее мир фрагментарно, как быструю смену визуальных образов. Преобладание визуальных способов восприятия действительности характерны для детской психики.

В-четвертых, доминированием массовой культуры, эксплуатирующей миф «вечной молодости» во всех своих направлениях и жанрах. Массовая культура не позволяет стареть, создавая визуальные образы «успешной молодости», молодо выглядящей и перенимающей стереотипы молодежного поведения старости. Этот миф поддерживается индустрией формирования имиджа – пластической хирургией, косметологией, глянцевыми журналами и пр. Главный герой рекламных роликов – тинейджер, проживающий жизнь в «стиле экшн». Нужно быть вечно молодым, чтобы быть в тренде.

Оценка феномена кидалтизма неоднозначна. С одной стороны, его можно рассматривать как способ самовыражения личности, пытающейся преодолеть рамки социальной регламентации, с другой – как форму эскапизма, порожденную ускорением и усложнением социодинамических изменений культуры. На наш взгляд, этот феномен представляет собой разновидность социального инфантилизма, главной особенностью

которого являются неготовность к ответственности, неспособность преодолеть гедонизм и эгоизм. Многие преподаватели встречаются с кидалтами в учебном процессе, с их необязательностью, безответственностью, с избыточной родительской опекой взрослых детей. Это во многом усугубляет кризисную ситуацию, в которой сегодня находятся институты семьи, образования и др. Одним из способов преодоления ювенилизации культуры может стать формирование позитивного образа взрослости в сознании молодых людей, что должно оформиться как приоритетное направление воспитательной работы в школах и вузах.

Литература

1. Аленькова, Ю. В. Антропологическая модель современной культуры и проблемы гуманитарного образования / Ю. В. Аленькова // Романовские чтения-10, посвященные 80-летию исторического факультета: сб. статей Междунар. научн.-практ. конф. / под общ. ред. И. В. Шардыко. – Могилев; МГУ имени А. А. Кулешова. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2015. – С. 17–19.
2. Мамычева, Д. И. Трансформации категорий «Детство» и «Взрослость» в современной культуре / Д. И. Мамычева // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2010. – № 3. – С. 75–80.
3. Манокин, М. А. Ювенилизация современного общества: культурологические аспекты / М. А. Манокин // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2012. – № 3. – С. 77–81.
4. Постман, Н. Исчезновение детства / Н. Постман [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://interesi.files.wordpress.com/2011/09/postman-neil_deti.pdf. – Дата доступа: 07.10.2016.
5. Ярская-Смирнова Е. Р. Кидалт вы или обыкновенный человек? Визуальное производство стиля / Е. Р. Ярская-Смирнова, Г. Г. Карпова, М. А. Ворона // Визуальная антропология: городские карты памяти. – М. : Вариант, ЦСГИ, 2009. – С. 294–309.
6. Calcutt, A. Arrested Development: Pop Culture and the Erosion of Adulthood / A. Calcutt. – London: Cassell, 1998. – 262 p.