

**РИСКОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ СТРИТРЕЙСЕРОВ (НАПРИМЕРЕ ВОЛГОГРАДА)****А.С. Бойко, студент****Е.Р. Новиков, студент****Научный руководитель: Е.Г. Лактюхина, канд. социол. наук, доцент****Волгоградский государственный университет****(Россия, г. Волгоград)**

DOI:10.24412/2500-1000-2023-10-2-14-18

***Аннотация.** В статье анализируется феномен стритрейсерства как один из видов отклоняющегося поведения, рассматривается этот феномен через призму социального и культурного аспекта. Также в статье представлен анализ результатов изучения рискованного поведения стритрейсерства на основе проведённого глубинного интервью, которое было проведено с целью выявления мотивов проявления отклоняющегося поведения стритрейсеров и его отличительных элементов в изучаемой среде.*

***Ключевые слова:** стритрейсеры, отклоняющееся поведение, рискованное поведение, девиантное поведение, молодёжь.*

В последнее время проблема отклоняющегося и рискованного поведения всё чаще привлекает внимание общественности. Такое поведение нередко встречается в молодежной среде и связано оно, прежде всего, с алкоголизмом, курением, насилием, употреблением наркотиков. Многие исследователи данной проблемы делают большой акцент на психологию, связывая проявление рискованного поведения с наследственностью, факторами личности, подростковым эгоцентризмом, с процессом развития идентичности у человека, с не справляющимся социальным контролем над биологическими импульсами. Такой взгляд на проблему слишком узок, не берёт во внимание влияние социальной и культурной структур.

Россияне в I квартале 2023 года купили на 18,6% подержанных автомобилей больше, по сравнению с аналогичным периодом 2022-го, посчитали аналитики «Авито Авто». В пятерку самых популярных марок вошли отечественная Lada, японская Toyota, корейские Kia и Hyundai, немецкий Volkswagen. По итогам I квартала 2023 года россияне приобрели 1,25 млн легковых автомобилей с пробегом. Более того, обращаясь к статистике ДТП, в которых участвовали лица, возраст которых от 18 до 21, по данным ГАИ число ДТП с февраля по март 2023 года снизилось на

0,9%, в то время как число раненных при таких ДТП увеличилось на 4,2% [1].

Смотря на статистику покупки подержанных автомобилей и сопоставляя её с числом ДТП, можно говорить о возникновении социального феномена стритрейсерства, который мы считаем необходимым рассмотреть, как рискованное поведение, исходя из видов отклоняющегося поведения, так как отклонение от норм уже является проявлением рискованного поведения. Источником возникновения такого поведения представляется не психологические качества личности, а город, то есть та социальная и культурная среда, в которой индивид живёт.

Более того, в современном мире на формирование ценностей, целей, стремлений, следовательно, и на поведения большую роль оказывают медиа. Как агенты социализации, СМИ транслируют и прививают определенные ценности индивидам, в нашем случае реклама автомобилей. Рекламные образы авто создают у молодежи представление, что наличие дорогой машины гарантирует престиж и успех, что образует культ роскоши. Однако вследствие отсутствия институализированных средств и чрезмерного превознесения целей, индивиды прибегают к неинституализированным средствам, которые несут негативный аспект, тем самым заменяя культ роскоши на культ скорости, создать

из старой машины современный спорт-кар. Культ скорости, который представляет собой нарушение ПДД и несет угрозу жизни водителю и окружающим, является рискованным и отклоняющимся поведением, которое можно рассмотреть, как социальный феномен.

Стоит обозначить и культ внимания. Главной целью стритрейсеров может быть внимание, завоевать взгляды людей. Таким образом, стритрейсеры прибегают к возможным средствам достижения как: улучшение не только скоростных характеристик, но и изменение внешнего облика автомобиля, придавая ему неповторимый стиль.

Вместе с тем, поведение стритрейсеров может являться подражанием и связано с теорией Тарда [3]. Возникновение некоего идола, который может быть связан с профессиональными гонщиками или, что чаще встречается в современном мире, блогерами, авторами ютуб каналов, проще говоря, некими авторитетами в интернет-среде, способствует копированию того поведения, которое демонстрируется ими. Рассмотрение этих гипотез требует применение научного социологического языка, поэтому обратимся к работе Роберта Мертон «Социальная структура и аномия».

С позиции Мертона при рассмотрении видов отклоняющегося поведения необходимо обращать внимание на два элемента культурной структуры:

1. «Первый состоит из определенных культурой целей, намерений и интересов, выступающих в качестве законных целей для всего общества или же для его отдельных слоев... Варьируя по значимости и формируя к себе различное отношение, господствующие цели вызывают устремленность к их достижению и представляют собой «вещи, к которым стоит стремиться... Часть этих культурных целей непосредственно связана с биологическими импульсами человека, но последние не имеют определяющего значения».

2. «Второй элемент культурной структуры определяет, регулирует и контролирует приемлемые способы достижения этих целей. Каждая социальная группа всегда связывает свои культурные цели и

способы их достижения с существующими моральными и поведенческими нормами» [2].

Образцы поведения возникают из культурных целей и институционализированных норм. Можно предположить, что рискованное поведение стритрейсеров, как разновидность отклоняющегося поведения, является продуктом культурной и социальной структур.

Как именно эти структуры формируют такой образ поведения, то есть, что лежит в основании? К какому виду отклоняющегося поведения относится поведение стритрейсеров?

**Методика.** В основе данного исследования главным методом являлось глубинное интервью. В глубинном интервью приняли участие 4 человека, которые ответили на 12 ключевых вопросов. Целью проведения интервью было выявление мотивов проявления отклоняющегося поведения и его отличительных элементов в среде стритрейсеров.

**Результаты.** Анализируя полученные данные, нам удалось выявить главную цель стритрейсеров – привлечение внимания. Все респонденты указывали на это в своих интервью:

*“Ты же пытаешься там себя красиво одеть да чтобы выглядеть красиво чтобы тобой все любовались и все завидовали тому какой ты красавец и так далее вот здесь также и автомобиль охота его там преобразить не только внутренне, но и внешне... На самом деле, когда я вот обновляю внутренку салона, вот, конечно, есть такое чувство, там охота похвастаться, но не с той целью, чтобы тебе завидовали, да, там говорили ничего себе, типа мы тоже так хотим, а просто с целью показать действительно, вот, красоту своего автомобиля.”* (Респондент 1 – Василий, 18 лет, купил права, Фольцваген Пассат, купил с отцом).

*“Лично для себя или выпендриться перед друзьями.”* (Респондент 2 – Геннадий, 18 лет, прав нет, было 3 автомобиля, купил сам, пересел на общественный транспорт).

*“Тюнинг сделать типа красиво, и чтобы перед кентами по грунтовке проехать нормально, на асфальт выехать, опу-*

ститься, типа, и поплыть с кайфом.” (Респондент 3 – Виктор, 20 лет, есть права, Десятка, подарок родителей).

“Да, я это говорил ранее, я хочу свою машину сделать особенной, чтобы на неё падали взгляды...” (Респондент 4 – Казимир, 18 лет, купил права, Джилли МК, машина отца).

Таким образом, культ привлечения внимания является центральным в нашем исследовании. Мы также можем выделить ряд средств, отмеченных респондентами, для достижения этой самой цели. Однако, стоит сделать акцент на том, что средства зависят от отношения респондента к автомобилю.

“Автомобиль, как частичка себя лично, как я считаю, потому что, ну, если за ней ухаживать, она никогда не подведет, вот, всегда довезет до нужного там места, куда тебе там надо, да и в ней тепло, комфортно и ты просто едешь и наслаждаешься, вот поэтому для меня машина, это как частичка своей души” (Респондент 1).

“Ну они, наверное, как тогда, так и сейчас будут для меня значит, как средства передвижения, потому что наш автоваз, я не считаю более чем-то на постоянной основе. Ну автомобиль также вот я обращусь, скажу «лада», вот, это средство передвижения, не более. Это был мой 1-ый автомобиль, в который я ничего не вкладывал, просто убил.” (Респондент 2).

“Для меня, типа, машина, ну десятка моя, это был подарок родителей, поэтому хочется её, типа, сохранить подольше.” (Респондент 3).

“Конкретно для меня машина, значит, много... потому что ну, как мне кажется, машины для в принципе мужика, когда ему 18 лет, он купил себе 1 свою машину, получил права, он вкладывает в неё душу, я планирую, когда купить себе машину, конечно, это без вопросов сделать её самой лучшей вообще в этом мире. И сделать именно её, свою, со своими особенными чертами.” (Респондент 4).

Респонденты 1,3,4 приобрели автомобиль с помощью родителей, тем самым набор средств будет немного различаться.

Прежде всего, разница в стиле вождения, как в средстве привлечения внимания. Отвечая на вопрос “Любите ли вы погонять?” Респонденты дали следующие ответы:

“По городу мне не нравится гонять только по одной простой причине, потому что вот эти вот шумахерские вещи, да, они часто приводят к плохим последствиям. Ну я сам по себе такой водитель, то есть независимо от того есть ли у меня пассажир или нет, я езжу спокойно до определенного момента, когда какой-нибудь неопытный или агрессивный водитель не спровоцирует.” (Респондент 1).

“Да-да, тем более автоваз не жалко без разницы, да, прав нету, гоняешь и гоняешь. Ну, вот обидно, бывает, когда едешь, а у тебя там что-нибудь, глушитель оторвётся или она просто перестанет ехать. Да почему нет, особенно когда выпил, какой-то азарт появляется почему бы, не выделяваться.” (Респондент 2).

“Да нет, на машине особо, типа, не гоняю.” (Респондент 3).

“Ну ты, блин, даёшь, на самом деле на большой скорости ехал только 1 раз, когда ездили к отцу. Мы ехали тогда на mitsubishi лансере 9, и тогда мой друг дал 170 вот это было. Ну была очкова, но было прикольно.” (Респондент 4).

Другим средство для достижения цели является тюнинг. Изменение внутренних характеристик и внешнего вида автомобиля:

“...дополнительные вещи для данного автомобиля своего и уже там по вкусу выбираю, присматриваю примерно, что подойдет лучше, что будет красивее смотреться и т.д.” (Респондент 1).

“Он туда поставил звук. То есть в штатке там ничего не осталось, магнитола, в дверных картах все поменяно. Сабвуфер с усилителем. В ближайшем будущем думаю все-таки накопит деньги и поменяет себе катки(диски) на 17(диаметр). (Респондент 2 о респонденте 1).

“Пятнашка, я считаю, что пятнашка это была, вот, самая стильная в Волгограде на районе, потому что она имела свой вид. На ней не было ни трещин, ни царапин, ни сколов, ничего, она была иде-

ально черная. У неё были литые диски, стояли четырнадцатые.” (Респондент 2).

“Типа, у меня сейчас спиленные пружины, но хотел бы еще доставить музыку, типа, сабвуфер, ещё, наверное, гидравлику, ну понял, лоурайдер там.” (Респондент 3).

“Поменять весь зад, чтобы она лежала грамотно, ровно лежала. Перешить салон, сделать все по мотору, чтобы не было никаких нареканий. Привести его в идеал. Покрасить в фиолетовый цвет. И поставить туда музыку на 1-ое время я хочу тысяч за 40 поставить, а потом посмотрим.” (Респондент 4).

Основным средством для привлечения внимания становится тюнинг внешнего вида. Придание автомобилю особого стиля зависит не только от отношения респондента, но и от инфлюенсеров. Трое респондентов из четырех отметили влияние интернет-ресурсов:

“Ну Каха обзор делает на YouTube вот это, на автомобильную тему, но у него там автомобили, конечно, другого класса они просто их тестируют. Не знаю, нравится вот на YouTube Марат Борода.” (Респондент 2).

“Да, вот знаешь, типа, Гараж 54 на ютубе, типа, там всякие эксперименты с машинами там, с механизмами в машинах, тюнинг там прикольный, типа, делают, и ещё Дима Гордей, ну там обзоры на дорогие машины.” (Респондент 3).

“Привлекает много ну самое 1-ое, это видео какие-то. Фотографии с интернета то есть вот блогеры получается и в принципе какие-то паблики вконтакте, да и ещё когда видишь в городе грамотно сделанную машину, хочется такую же грамотную. Ну увидишь машину. Ну смотришь на неё издалека и думаешь, что она малышечка.” (Респондент 4).

Таким образом, связав перечисленные аспекты, мы можем перейти к заключению.

#### Библиографический список

1. Сведения о показателях состояния безопасности дорожного движения. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stat.gibdd.ru/> (дата обращения: 23.03.2023).

**Заключение.** Нами было установлено, что главной целью стритрейсеров является привлечение внимания. Ввиду отсутствия институированных средств, например, покупка роскошного автомобиля, стритрейсеры обращаются к более эффективным средствам, которые не всегда законны и безопасны, придавая особый стиль автомобилю. Средства часто будут зависеть от отношения индивида к своему автомобилю. Чем он дешевле, тем менее ценно к нему относится владелец. Однако, мы можем выделить универсальные компоненты стиля, на которые указывали респонденты – это музыка и диски. Также нам удалось обнаружить, что основным транслятором такого образа поведения являются инфлюенсеры, авторы ютуб каналов такие как: Гараж 54, Дима Гордей, Каха, Марат Борода и т.д. Здесь можно говорить о поведении, как о проявлении подражания, однако, мы остановим внимание на том, что поведение стритрейсеров это девиация или отклоняющееся поведение, и снова обратимся к работе Мертона. С его позиции отклоняющееся поведение это: “...симптом рассогласованности между культурно предписанными стремлениями и социально структурированными средствами их реализации”. То же самое мы видим в среде стритрейсеров, где для привлечения внимания индивиды используют неинституированные средства, тем самым отклоняясь от нормы. Поведение стритрейсеров мы можем отнести ко второму виду отклоняющегося поведения по Мертону – инновация. Значительное акцентирование цели-успеха и использование запрещенных, но эффективных средств для привлечения внимания таких как: агрессивное вождение, изменение внешних и внутренних атрибутов автомобиля, являющихся небезопасными для окружающих.

2. Мертон Р. Социальная структура и аномия / Перевод с французского Е.А. Самарской // Социология преступности (Современный буржуазные теории). – М.: Изд-во «Прогресс», 1966. – С. 299-313. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://scepsis.net/library/id\\_632.html](https://scepsis.net/library/id_632.html) (дата обращения: 17.03.2023).

3. Тард Г. Законы подражания: Пер. с французского. – М.: Академический Проект, 2011. – 304 с. – (Психологические технологии). – ISBN 978-5-8291-1329-2.

### **RISKY BEHAVIOR OF STREET RACERS (FOR EXAMPLE VOLGOGRAD)**

**A.S. Boiko**, *Student*

**E.R. Novikov**, *Student*

**Supervisor:** *E.G. Laktyukhina, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor*

**Volgograd State University**

**(Russia, Volgograd)**

**Abstract.** *The article analyzes the phenomenon of street racing as one of the types of deviant behavior, examines this phenomenon through the prism of social and cultural aspects. The article also presents an analysis of the results of studying the risky behavior of street racing on the basis of an in-depth interview conducted in order to identify the motives for the manifestation of deviant behavior of street racers and its distinctive elements in the studied environment.*

**Keywords:** *street racers, deviant behavior, risky behavior, deviant behavior, youth.*