

**Т. В. БОНДАР,**  
*наук. співробітник*

**TETYANA V. BONDAR,**



## МОЛОДІЖНА СУБКУЛЬТУРА: СУЧАСНІ ВИЯВИ

Перехід до відкритості, скасування багатьох колишніх ідеологічних обмежень і заборон призвели до інтенсивної плюралізації духовного життя українського суспільства, зумовили розмаїття стилів життєвляштування. Швидкі й неоднозначні зміни останнього часу зумовили проникнення і розвиток в Україні різних течій та субкультур із Заходу та Сходу, відродження багатоманітності духовних надбань різних епох та регіонів<sup>1</sup>.

Українське суспільство, як і будь-яке інше, не існує ізольовано, у замкненому просторі, воно зазнає впливу та взаємопроникнення різних культурних традицій. Відбувається процес трансформації суспільних відносин під впливом інтеграційних процесів, взаємодії різних культур, змінюється система пріоритетів і цілей. Це, зокрема, проявляється у змінах мети, засобів її досягнення, ціннісних орієнтацій і поведінкової моралі особистості<sup>2</sup>.

У цьому сенсі на особливу увагу заслуговують процеси, які відбуваються у молодіжному середовищі. Адже саме молоді люди є тим матеріалом, що найбільше піддається зовнішнім впливам. Вони, як правило, не обтяжені суперечливим досвідом минулого з притаманними йому ціннісними і поведінковими установками. Молодь, яка визначає майбутнє будь-якого суспільства, вже сьогодні істотно впливає на його змістовні характеристики.

На порозі соціальної зрілості молоді люди перебувають у стані особливо активного пошуку та відбору цілей, життєвих перспектив, а також шляхів і засобів їх досягнення. Період соціалізації молоді людини, що є процесом її включення у все різноманіття суспільного життя, супроводжується досягненням соціальної зрілості, початком самостійної виробничої діяльності, набуттям професії, одним із наслідків цього процесу є досягнення рівноправного становища в суспільстві. Ці та інші зміни в соціальному статусі молоді людини супроводжуються становленням характеру, світогляду, ідейних позицій, системи поглядів та переконань<sup>3</sup>.

Під впливом таких змін уточнюється значення цілей у системі життєдіяльності особистості, відбувається корекція ціннісних орієнтацій<sup>4</sup>.

За сучасних умов у здійсненні життєвого вибору зростає роль поза-сімейного спілкування, посилюється вплив засобів масової інформації на формування системи знань, ціннісних пріоритетів, моральних норм та умов їх дотримання. Інститут сім'ї сьогодні вже не може забезпечувати зростаючі потреби сучасної людини в розширенні кола інформаційних контактів. Зростання рівня освіти, розширення кола безпосереднього спілкування, доступ до ширшого спектру соціокультурних ціннос-

тей зумовлюють появу якісно нових потреб, ціннісних орієнтацій і цілей, які тісно пов'язані з загальними соціальними умовами.

Аспекти і межі конкретного бачення проблем молоді розширюються, якщо сприймати її не просто як вікову групу, а як специфічне соціально-демографічне утворення, що характеризується, з одного боку, властивими їй психолого-фізіологічними особливостями, підготовкою і включенням у громадське життя, у соціальні механізми, а з іншого боку – особливою субкультурою, внутрішньою диференціацією, що співвідноситься із соціальною ситуацією, в якій живе і працює молода людина.

На думку О. М. Балакіревої та О. О. Яременка, специфіка об'єкта соціології молоді полягає в тому, що вікові процеси в молодіжному середовищі мають значно більшу соціальну вагу, ніж в інших вікових групах. Невідповідність між біологічним віком, віком соціальним та психічним – широко відома проблема. Вона розглядається педагогікою, віковою психологією, соціальною психологією, частково – демографією. Соціологічний підхід до молоді як специфічної групи суспільства передбачає врахування цілого комплексу обставин і особливостей способу життя молоді людини. Відповідність фізіологічного і соціального віку завжди була значимою для соціології, а сьогодні, внаслідок особливостей сучасного етапу розвитку українського суспільства, актуальність цієї проблеми значно зростає. По-перше, в умовах нестабільності та кризових явищ у житті суспільства, радикальних перетворень і потрясінь соціальний вік починає випереджати фізіологічний вік молодих людей – відбувається більш раннє «подорослішання», тобто інтеграція молодого покоління в структури суспільства та виконання ним соціальних ролей, які донедавна покладалися на старші вікові групи. З іншого боку, світові

тенденції соціального розвитку свідчать, що кожне нове молоде покоління повинно оволодіти все більшим обсягом інформації та знань. Це, у свою чергу, подовжує освітній період та процес соціального становлення, що відсуває можливість виконання соціальних ролей у повному обсязі для окремих груп молоді в часі. По-друге, про актуальність цієї проблеми в сучасних умовах свідчить ще й те, що вікова самосвідомість залежить від напруги в суспільстві, наповнення життя подіями та суб'єктивно усвідомленим ступенем самореалізації особистості<sup>5</sup>.

Особливо гостро проблеми молоді та її ролі в суспільному житті постали в період бурхливих і суперечливих змін та перетворень, котрі відбуваються сьогодні в українському суспільстві.

Система норм і цінностей, які відрізняють певну соціальну групу від інших спільнот, називається субкультурою. Вона формується під впливом таких факторів, як вік, етнічне походження, релігія, місце проживання тощо. Прийнято вважати, що цінності субкультури не зумовлюють заперечення національної культури, яка прийнята більшістю, вони лише унаочнюють деякі відхилення від неї. Виступаючи частиною цілісної культури, субкультура містить яскраво виражені відмінні риси, які відіграють особливу роль в об'єднанні конкретної категорії людей. Субкультура – результат постійної взаємодії людей, яка відбувається в особливих умовах. При цьому цілісна культура, як правило, не зводиться до простої суми субкультур. Свій внесок у культуру роблять різні спільноти та окремі особистості, які не є носіями субкультури. Водночас більшість, як правило, ставиться до феномена субкультури несхвально або з недовірою.

Терміном «субкультура» зазвичай позначають особливу форму організації життя людей (соціальних груп),

які прагнуть облаштувати в межах пануючої культури особисте, відносно автономне культурне існування зі своїм стилем (одягом, манерами, мовою), звичаями, нормами, цінностями та ідеалами<sup>6</sup>.

На думку Л. Г. Іоніна, в цьому «уявному безумстві» простежується певна логіка, яку він розуміє як рух від монотипістичної культури до політипістичної<sup>7</sup>. Перехід від монотипістичної до політипістичної культури створює умови для поступової зміни соціокультурних орієнтацій та формування цілої системи субкультур, тобто своєрідну «культуру в культурі», яка має чітко виражені кордони знань, норм, цінностей, зразків, уявлень, смаків, ідеалів та традицій. Формування субкультур пов'язане не лише з кризою традиційної культури, але і з посиленням національних почуттів, і з прагненням народів відродити свою національну субкультуру.

Сучасні форми молодіжної субкультури можна дослідити через призму запитів та потреб, ціннісних орієнтацій та, нарешті, жаргону молодіжної тусовки.

Існування молодіжної субкультури, специфічного молодіжного сленгу – мови «тусовки» – є свого роду природно зумовленим бунтом проти понять та ідеалів «батьків». Подібні явища можна спостерігати в усі часи, але сьогодні, в епоху ідейного хаосу, відсутності усталених загальноприйнятих цінностей і норм, вони виявляються значно помітніше та виразніше.

Система цінностей молодіжної людини розвивається і функціонує у певному соціальному середовищі, на певній матеріальній основі, яка, з одного боку, формує потреби молоді, а з іншого – являє собою умови, механізми і фактори їх задоволення. Вплив соціальних умов на суспільні процеси відбувається на макро- і мікро- рівнях, але останній, як правило, є багатоваріантною конкретизацією першого, його емпіричним проявом через такі механізми, як фор-

мальне (заклади культури) і неформальне (квартира, вулиця) мікросередовища, різні форми міжособистісного спілкування, соціально-культурна символіка і, звичайно, технічні засоби ретрансляції творів мистецтва.

Автором була розроблена пілотажна анкета з питань вивчення молодіжного середовища, сучасних форм молодіжної субкультури. Опитування було проведено за підтримки Українського інституту соціальних досліджень постійною мережею інтерв'юерів УІСД<sup>8</sup>.

За даними пілотажного дослідження в сучасній молодіжній першій місця в ієрархії найважливіших життєвих цінностей посіли такі: «бути здоровим», «отримати пристойну освіту та професію» та «гарні стосунки з сім'єю». Ставлення молодого покоління до традиційної системи цінностей істотно залежить від стосунків із носіями цих цінностей – представниками старшого покоління, у тому числі – з найближчими з них – батьками. Горезвісний конфлікт «батьків і дітей» доволі часто визначає відносини між поколіннями: «буває, я їх не розумію, а буває, вони мене». На запитання «Чи існують непорозуміння між Вами і Вашими батьками?» більше половини респондентів відповіло ствердно. Однакові частини опитаних (чверть) вважають, що батьки їх не розуміють, а вони, у свою чергу, не розуміють батьків. Серед найважливіших причин подібних конфліктів опитані зазначали «непорозуміння через дрібниці, які накопичуються і породжують проблему: вони не розуміють мене, а я теж не хочу їх розуміти», «суперечності в характері батька – занадто вимогливий до когось і зовсім не вимогливий до себе», «батько погано мене знає, тому не завжди може об'єктивно оцінити мої вчинки», «у нас із батьками різні погляди на життя та різні ціннісні орієнтири». Показовою є думка респондента, котрий вважає, що «у цьому світі найголовні-

ше, щоб людину сприймали такою, як вона є, і щоб її любили та поважали не тільки через гроші, а й за її вчинки, її характер та ставлення до людей».

Лише невелика частка молодих людей зазначила, що в них немає непорозуміння з батьками. Головне – знайти спільну мову: «на перший погляд здається, що батьки не розуміють тебе, а, зваживши всі «за» і «проти», приходимо до компромісу». Дехто взагалі не замислюється над цим питанням.

Життєві плани та орієнтири молоді виявляються реалізованими лише тоді, коли вони визначаються в ході конструктивного діалогу між поколіннями та сприймаються молодими людьми як вираження їхніх інтересів<sup>8</sup>.

Говорячи про сучасну молодь, про її нетрадиційні зразки поведінки, ми найчастіше звертаємо увагу на сферу дозвіллевої діяльності, де відбувається процес реалізації форм нестандартної поведінки. У заведених у молодіжному середовищі способах проведення вільного часу своєрідним чином фокусуються й відображаються актуальні проблеми сучасного суспільного розвитку.

Змістовні характеристики молодіжної культури істотно залежать від стилю життя молодих людей, ustalених у їхньому середовищі навичок проведення дозвілля. Відповідні показники помітно відрізняються залежно від освіти, місця проживання та сімейного стану молодих людей. Але для всіх соціально-демографічних груп молоді дозвілля в цілому має більшу значимість, ніж для дорослих. Дозвілля для молоді – сфера, де відбуваються події першорядної важливості. Стосунки з друзями, з коханою людиною, нові знайомства та прочитані книжки становлять «тканину життя» молоді людини, визначають сенс та емоційну забарвленість дня або тижня<sup>9</sup>.

Ціннісні орієнтації молоді особистості, що включають у себе когнітивний компонент (уявлення про цінності), підкріплені емоційним компонентом (емоційним переживанням), трансформуються у потреби, цілі та інтереси, спонукають людину до активної діяльності, яка спрямована на досягнення визначених цілей і задоволення потреб, що й обумовлює поведінковий компонент ціннісної орієнтації<sup>10</sup>.

Однією з найважливіших цінностей у молодіжному середовищі є мода. Мода – це не тільки однакові джинси та кросівки, куртки та зачіски. Це ще й однакові смаки, запити, жарти і дотепи, спрямованість, напрямок думок, вчинки. Між тим, мода не є чимось даним назавжди. Вона виникає, вмирає, змінюється. Масова мода і в одязі, і у вчинках, і в думках здатна деформувати особистість і зовнішньо і внутрішньо, підкорити її собі<sup>11</sup>. Показово, що на запитання «Як Ви вважаєте, на що сьогодні існує мода?» молоді люди поставили на перші місця вживання алкоголю, паління цигарок, досвід вживання наркотиків. Серед модних явищ респондентами було відзначено також татування. Частина подібних до татування знаків, які застосовуються в молодіжному середовищі, має прямий зв'язок з субкультурою «зони», інші відображають зразки татування військовослужбовців спецпідрозділів США або орієнтацію на кіногероїв певного гатунку, ще частина – сягає корінням у містику (містичні культи).

Більше половини опитаних відзначило існування моди на читання художньої літератури. Вочевидь, це можна пояснити великою кількістю детективних та розважальних романів відомих та досить популярних серед молоді письменників таких, як О. Мариніна, А. Константинов та ін. Мода на «сексуальний досвід» також є популярною серед більшості опитаних. Половина респондентів визнала існування моди на за-



няття спортом. Можливо, це є результатом трансляцій по ТБ великої кількості передач про змагання з популярних видів спорту та життя видатних спортсменів, які користуються авторитетом у молодіжному середовищі.

Для чверті молодих людей існує мода на «крутий» одяг та відвідування дискотек і нічних клубів. Зауважимо, що відповіді на запитання не виявили суттєвих розбіжностей за статтю.

Модним молоді люди вважають також спілкування з іноземцями, матеріальну забезпеченість та вміння бути неординарним.

На запитання «Останнім часом стало модним належати до певної компанії. Чи Ви є членом такої компанії?» дещо менше половини опитаних підтвердили, що мають відношення до певної компанії. Свою належність до неї молодь пояснює тим, що у членів їхніх компаній збігаються інтереси та погляди на життя, вони мають однакове хобі та захоплення. Взаємовідносини між молодими людьми, їх ділові та особисті контакти створюють своєрідний психологічний мікроклімат, той настрій, який А. С. Макаренко свого часу називав «гуртовим тоном» колективу. Там, де переважає добропорядність у взаєминах, симпатії та взаємодопомога, легше побудувати й ділові контакти. У свою чергу, чітка система ділових взаємозв'язків, хороша організація спільної справи створюють підґрунтя для розвитку особистих стосунків, мажорного настрою в групі<sup>12</sup>.

Члени молодіжної компанії – люди різного віку, різних професій, які сходяться між собою у своїх поглядах та смаках – «збираємося увечері, граємося в різні розважальні ігри, ходимо на дискотеки, ділимося своїми враженнями, розповідаємо цікаві історії та анекдоти. А якщо є можливість, то відвідуємо друзів з інших міст. Разом живемо, разом навчаємось, маємо спільні інтереси – просто друзі».

Також не менш важливою рисою компанії є порядність, дружність, розуміння один одного, відповідальність та повага один до одного – «це компанія, де з повагою ставляться до кожного, хто входить до її складу, особливо до дівчат. Кожна людина – це особистість зі своїми, не залежними ні від кого з членів компанії інтересами, поглядами на життя, але ці уподобання майже збігаються (бо це ж компанія); не має тиску на слабших (за характером і т.д.)».

Більше половини респондентів не належить до тієї чи іншої компанії тому, що вважає це непотрібним і нецікавим: серед їхніх друзів та знайомих немає спільних тем для розмов та не збігаються інтереси. Один юнак зазначив, що йому взагалі краще «бути самому, ніж з купою народу». Інший відзначив, що «компанія це одне, а друзі – це зовсім інше, краще мати одного друга, ніж галасливу компанію». «Бути членом однієї компанії взагалі-то добре, але люди цієї компанії мають бути схожі між собою у своїх поглядах та смаках, а зараз взагалі важко підібрати таку компанію, тому респондент не належить ні до якої компанії, але має багато друзів і знайомих».

Велика кількість респондентів вважає компанію неможливим явищем: «важко знайти людей, які б розуміли тебе в усьому. Я маю друга, на якого можу покласти в усьому, але багато таких людей не знайдеш».

Кілька опитаних відзначили, що компанія може існувати тільки серед людей, які разом або навчаються, або працюють. Коли навчаються – кожен день разом, а коли йдуть працювати в різні місця – відвикають одне від одного, не мають спільних тем, немає чого розказати один одному, чимось поділитися.

Серед причин, чому респонденти не належать до певної компанії, найчастіше називалися:

- «робота, яка займає більшу частину мого часу»;

• «на мій погляд, люди належать до певної компанії до певного віку, хоча бувають і винятки»;

• «в компанії повинен бути лідер, який би згуртував усіх, а серед моїх друзів – кожен трохи лідер, тому виникають певні проблеми».

Кілька респондентів не переймаються відсутністю компанії, тому що мають кохану людину, якій присвячують увесь свій вільний час.

В умовах, коли професійні та життєві навички старших поколінь виявляються не повною мірою адекватними новим соціально-економічним умовам, молодь, не обтяжена старими стереотипами, активно займається бізнесом, підприємницькою діяльністю, самозабезпеченням. Молодіжна субкультура виявляється більш адекватною новим умовам за рахунок притаманних їй прагнень проявляти та демонструвати свою індивідуальність, а також завдяки тенденції до групових форм активності<sup>13</sup>.

За даними проведеного автором дослідження можна дійти висновку, що молоді люди найбільше переймаються питаннями дозвілля, вільного часу та модних тенденцій сучасності. Не менш важливим явищем у молодіжному середовищі є наявність компанії, де підлітки та молодь перенесли питання організації свого дозвілля з макрорівня на рівень своєї компанії, а саме тут вирішується проблема – чим заповнити вільний час?

Отже, сучасна молодіжна культура – є субкультурою з виразно окресленими межами. Її характеризують такі особливості, як досить помітна відчуженість від старшого покоління, від його цінностей і норм, переважна орієнтація на сферу дозвілля, в якій головними є спілкування і розваги, пов'язані з комунікативною діяльністю. У ставленні до культури надають перевагу творчості, що в цілому відображає життєві орієнтації і пріоритети сучасної молоді.

<sup>1</sup> Ерасов Б. С. Социальная культурология: Пособие для студентов высших учебных заведений. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 1996. – С. 7.

<sup>2</sup> Пищулина О. Н. Изменение поведенческих ориентаций личности в условиях трансформации культуры: Дис. ... канд. социол. наук. 22.00.06/ Харьк. гос. ун-т. – Х., 1996. – С. 5.

<sup>3</sup> Иконникова С. Н., Лисовский В. Т. Молодежь вступает в жизнь: Социологические исследования проблем молодежи. – Л., 1969. – С. 13.

<sup>4</sup> Молодежь и культура: Тр. ЛГИК им. Н. К. Крупской. Т.

36 / Науч. ред. С. Н. Иконникова. – Л., 1997. – С. 43.

<sup>5</sup> Проблеми розвитку соціології молоді на сучасному етапі // Молодь України: стан, проблеми, шляхи розв'язання: Зб. наук. публ. Українського ін-ту проблем молоді за підсумками виконання наукових програм і проектів у 1995 р. Вип. п'ятий. – К.: А.Л.Д., 1996. – С. 231.

<sup>6</sup> Культурология в вопросах и ответах / Под ред. проф. Г.В. Драча. – М.: Гардарики, 1999. – 336 с. – С. 81.

<sup>7</sup> Ионин Л. Г. Культура на переломе // Социологические исследования. – 1995. – № 2. – С. 41-46.

<sup>8</sup> Уварова Е. Л. Молодежь и реальности современного мира. – Х.: Основа, 1990. – С. 129.

<sup>9</sup> Молодежь и культура. – С. 52.

<sup>10</sup> Кавалеров А. А. Ціннісні орієнтації особистості у духовній культурі / Південно-український пед. ун-т ім.К.Д.Ушинського. – О., 1996. – С. 61.

<sup>11</sup> Бестужев-Лада И. В. Какая ты, молодежь? – М.: Моск. рабочий, 1998. – С. 45.

<sup>12</sup> Студенческая группа. – М.: Мол. гвардия, 1975. – С. 76.

<sup>13</sup> Молодіжна субкультура / Наук. ред. Н. О. Победа. – О.: Астропринт, 1999. – С. 77.

Подано до редакції 31.10.2003

## Abstract. Youth Subculture: contemporary manifestations

The article presents the data obtained from a pilot study on youth values and cultural demands. It attempts to analyse the phenomenon of youth subculture, stressing its significance for young people and society in general.