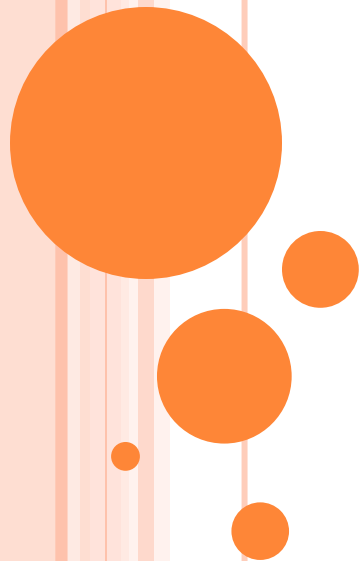
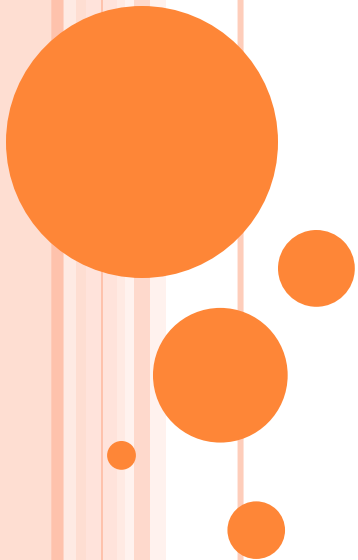


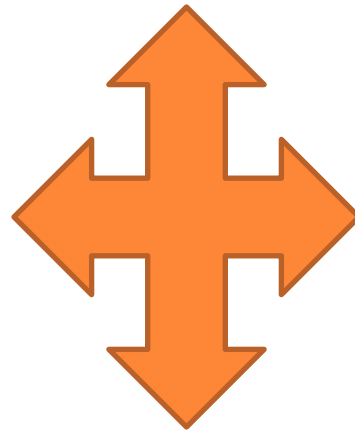


# Молодіжні СУБКУЛЬТУРИ

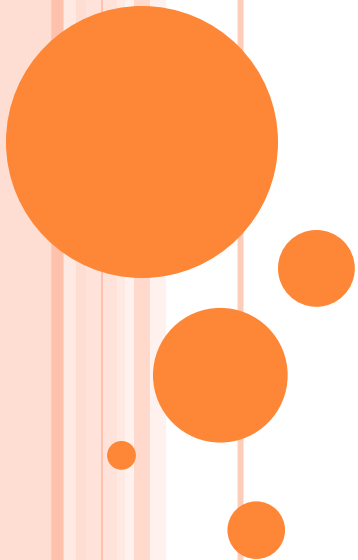


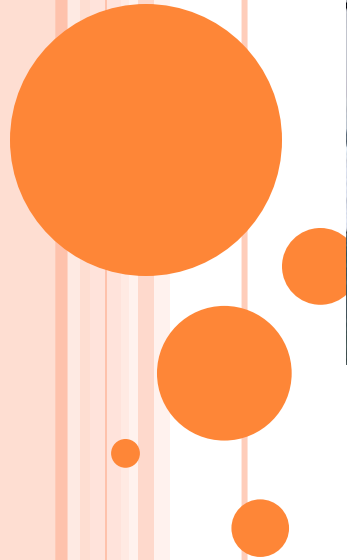
**ПІД ТЕРМІНОМ МОЛОДІЖНА  
СУБКУЛЬТУРА РОЗУМІЮТЬ  
СИСТЕМУ ЦІННОСТЕЙ,  
УСТАНОВОК СПОСОБІВ  
ПОВЕДІНКИ І ЖИТТЄВИХ СТИЛІВ  
ПЕВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ГРУПИ.**

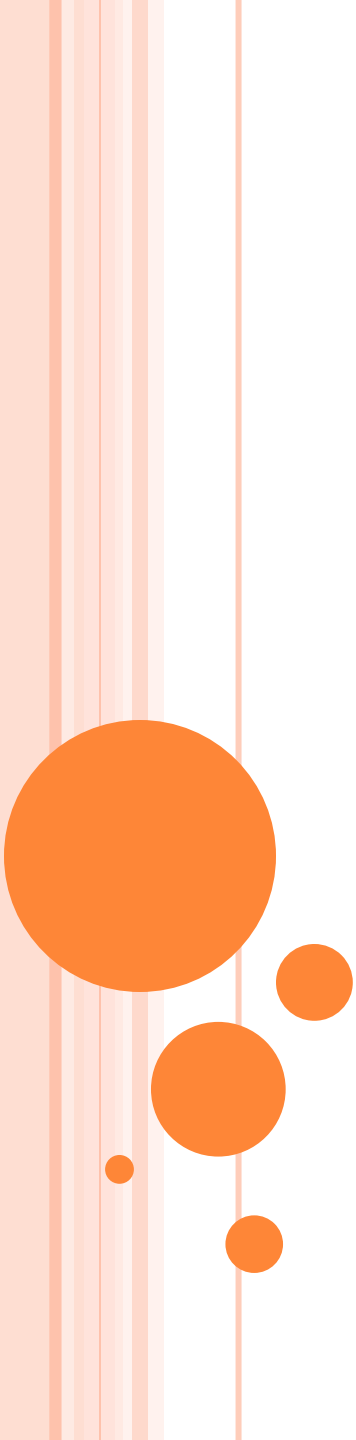




**Під терміном молодіжна  
субкультура розуміють  
систему цінностей,  
установок способів  
поведінки і життєвих стилів  
певної соціальної групи.**



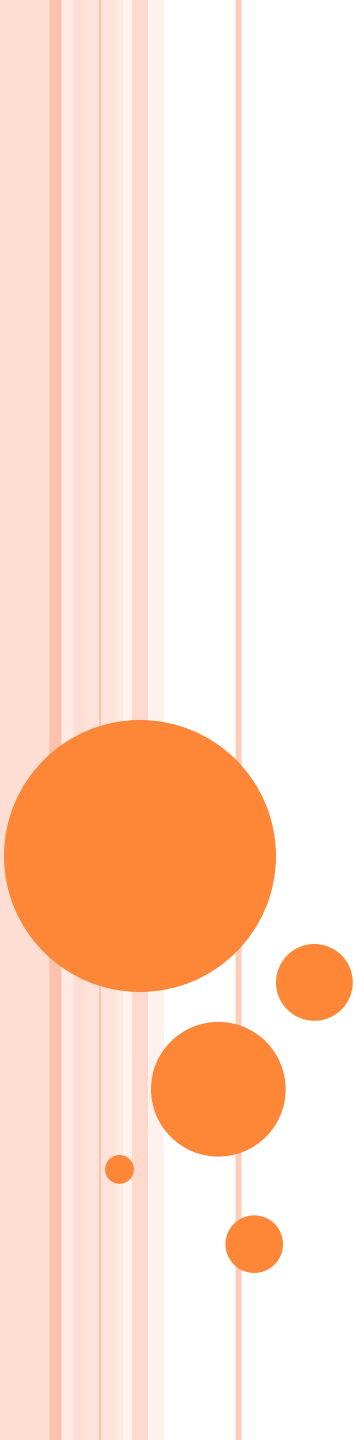




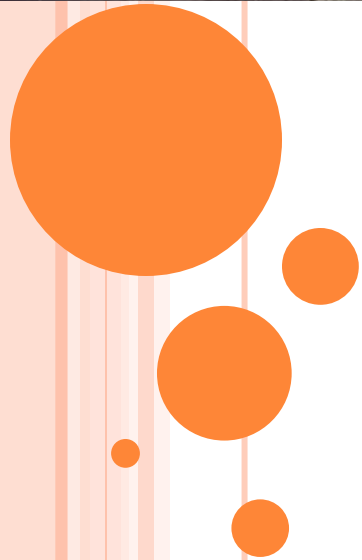
**МОЛОДІЖНА СУБКУЛЬТУРА Є ДОСИТЬ НОВИМ ПОНЯТТЯМ. ВОНА** ВПЕРШЕ З'ЯВИЛАСЯ В АМЕРИЦІ ТА ЗАХІДНІЙ ЄВРОПІ ПРИБЛИЗНО В 50-ТІ РОКИ. ЩЕ В 40-ВІ РОКИ МОЛОДЬ КУПЛЯЛА ТІ Ж САМІ РЕЧІ. ЩО І ЇХНІ СТАРШІ БАТЬКИ, ТАНЦЮВАЛА У ТИХ САМИХ КЛУБАХ, ЩО І ЇХНІ БАТЬКИ. У 50-ТІ РОКИ КРАЇНИ ЗАХОДУ ВСТУПАЮТЬ В ЕТАП ЕКОНОМІЧНОГО ПІДЙОМУ. ВИРОСЛИ МАТЕРІАЛЬНІ СТАТКИ БАТЬКІВ В ВОНИ СТАЛИ ВИДІЛЯТИ СВОЇМ ДІТЯМ БІЛЬШЕ ГРОШЕЙ НА КИШЕНЬКОВІ ВИТРАТИ. НА ЦЕ МОМЕНТАЛЬНО ВІДГУКНУЛИСЯ ПІДПРИЄМЦІ, І ЯК НАСЛІДОК РОЗШИРИЛАСЯ МЕРЕЖА МОЛОДІЖНИХ КЛУБІВ, БАРІВ, ВИРОСЛИ ТИРАЖІ КНИГ ТА ЖУРНАЛІВ ДЛЯ МОЛОДІ, В ОБІХОДІ ВВІЙШЛО ПОНЯТТЯ МОЛОДІЖНОЇ МОДИ. У КИШЕНЯХ МОЛОДІ З'ЯВИЛИСЯ ГРОШІ, ЯКІ ВОНИ МОГЛИ СПОКІЙНО ВИТРАЧАТИ НА ПОДОРОЖІ, КУЛЬТУРНИЙ ВІДПОЧИНОК. БАГАТО ІЗ МОЛОДІ ПРАГНУЛИ ЗДОБУТИ ВИЩУ ОСВІТУ, А ЦЕ ОЗНАЧАЄ БІЛЬШ ПІЗНЄ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СІМ'Ї І ПІДВИЩЕННЯ ВИМОГ ДО ПРОВЕДЕННЯ ВІДПОЧИНКУ. ПРОЦЕС РОЗВИВАВСЯ ІЗ НАДЗВИЧАЙНО ВЕЛИКОЮ ШВИДКІСТЮ.







У кінці 50-х років в США з'явилися  
робітники – попередники хіпі та панків. У  
60-ті Америку заповонила хвиля хіпі –  
сотні тисяч учасників і мільйони тих, хто  
їм співчував. У 1968 році Францію  
потрясла хвиля студентських бунтів, а в  
70-ті роки Німеччину заповонили  
"червоні бригади". Західні бізнесмени  
відчули зміни в суспільстві, і як наслідок  
ринок наповнився недорогими  
пластинками, магнітофонами, тобто  
розвинувся молодіжний шоу-бізнес.



**ВЧЕНІ ВВАЖАЮТЬ, ЩО МОЛОДІЖНІЙ СУБКУЛЬТУРІ СУЧАСНОСТІ  
ВЛАСТИВІ ТАКІ РИСИ:**

Переважно відпочинково-рекреативна спрямованість. Поряд із комунікативною (спілкування один із одним) відпочинок виконує в основному рекреативну функцію (більшість опитаних старшокласників та студентів зазначили, що під час відпочинку їхнє улюблене заняття — пасивний відпочинок), пізнавальна функція не реалізується зовсім, або в незначній степені. Рекреативні відпочинкові орієнтації підкріплюються змістом сучасних теле- і радіопередач.



ВЕСТЕРНІЗАЦІЯ" (АМЕРИКАНІЗАЦІЯ) КУЛЬТУРНИХ ПОТРЕБ І ІНТЕРЕСІВ. ЦІННОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК КЛАСИЧНОЇ ТАК І НАРОДНОЇ ВИТІСНЯЮТЬСЯ СТЕРЕОТИПАМИ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ, ЯКІ ОРІЄНТОВАНІ НА ПОГЛИБЛЕННЯ ЦІННОСТЕЙ "АМЕРИКАНСЬКОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ" В ЙОГО ПРИМІТИВНОМУ ВІДТВОРЕННІ.

ПРІОРИТЕТ СПОЖИВАЦЬКИХ ОРІЄНТАЦІЙ. СПОЖИВАЦТВО ПРОЯВЛЯЄТЬСЯ ЯК В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ, ТАК І В ІНШИХ СФЕРАХ ЖИТТЯ.

СЛАБКА ІНДИВІДУАЛЬНІСТЬ ТА ВІНАХІДЛИВІСТЬ КУЛЬТУРИ. ВИБІР ТИХ ЧИ ІНШИХ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ НАЙЧАСТІШЕ ПОВ'ЯЗАНИЙ ІЗ ГРУПОВИМИ СТЕРЕОТИПАМИ, А ТАКОЖ ІЗ ПРЕСТИЖНОЮ ІЄРАРХІЄЮ ЦІННОСТЕЙ В НЕФОРМАЛЬНІЙ ГРУПІ СПІЛКУВАННЯ. ГРУПОВІ СТЕРЕОТИПИ І ІЄРАРХІЯ ЦІННОСТЕЙ ПОВ'ЯЗАНИ ІЗ СТАТЕВОЮ НАЛЕЖНІСТЮ, РІВНЕМ ОСВІТИ, МІСЦЕМ ПРОЖИВАННЯ, ТА НАВІТЬ НАЦІОНАЛЬНІСТЮ.



ПОЗА-ІНСТИТУЦІЙНА КУЛЬТУРНА САМОРЕАЛІЗАЦІЯ.  
Дослідження довели, що відпочинок молоді здійснюється поза закладами відпочинку, найчастіше поряд телевізора. Зазначу, що сьогодні більшість молодіжних та підліткових телепередач є низькопробними.

Відсутність етнокультурної само-ідентифікації. Це пов'язане із тим, що народна культура (традиції, звичаї, фольклор) більшість молоді сприймають як глибокий пережиток минулого.



