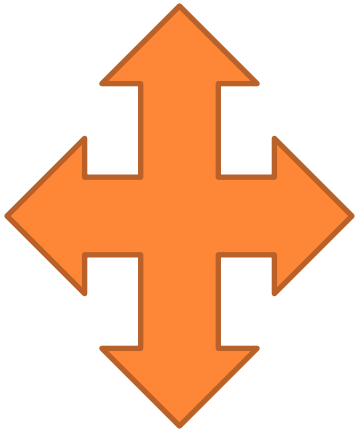
Молодіжні субкультури

RESPECTA.NET

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.

1301
4grad.at.ua

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 обіходь 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 заполонила 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 заполонили "червоні бригади". Західні бізнесмени відчули зміни в суспільстві, і як наслідок ринок наповнився недорогими пластинками, магнітофонами, тобто розвинувся молодіжний шоу-бізнес.

www.inoy.at.ua

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 винахідливість 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’язані 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.