

Міністерство освіти і науки, молоді і спорту України

Лебединська загальноосвітня школа I-III ступенів №5

**РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ТЕХНОЛОГІЙ У ФОРМУВАННІ  
МОЛОДІЖНИХ СУБКУЛЬТУР У ІНТЕРНЕТ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

**творча робота**

**конкурс «Вчитель-новатор 2012»**

вчителя інформатики ЗОШ I-III ступенів № 5  
м. Лебедин Божек Павла Миколайовича

Лебедин – 2012

Автор



Павло Божук

Партнери в навчанні, педагог  
ЛЕБЕДИН  
UA

Перегляд більше цього члена

Схожі ключові слова

microsoft word &gt;

ages 14 - 19 &gt;

computer science &gt;

social studies &gt;

&lt;дів'ятий всеукра... &gt;



Бронзовий рівень

# Медіатехнології

Завантажено на 16.11.2012

★ Як 0

Поділитися



## Цілі навчання

- розкрити медіатехнології
- орієнтуватися у молодіжних субкультурах

## **Зміст**

<b>Вступ.....</b>	<b>3</b>
<b>I. Психологічні причини появи неформальних об'єднань підлітків та юнаків. ....</b>	<b>6</b>
<b>II. Керування інформацією та інформаційна стратегія школи при роботі з неформальними угрупованнями молоді. ....</b>	<b>10</b>
<b>III. Молодіжні субкультури сучасної України та роль соціальних медіа технологій Інтернету в їх формуванні. ....</b>	<b>14</b>
<b>3.1 Скіни .....</b>	<b>16</b>
<b>3.2 Фани .....</b>	<b>17</b>
<b>3.3 Екологісти .....</b>	<b>17</b>
<b>3.4 Байкери (Мотоциклісти) .....</b>	<b>18</b>
<b>3.5 Рейвери .....</b>	<b>19</b>
<b>3.6 Хіп-хоп-культура .....</b>	<b>19</b>
<b>3.7 Феномен «романтичної компенсації повсякденної рутини» .....</b>	<b>21</b>
<b>3.8 Дігери.....</b>	<b>21</b>
<b>3.9 Толкіністи .....</b>	<b>21</b>
<b>3.10 Готи .....</b>	<b>22</b>
<b>3.11 Емо.....</b>	<b>23</b>
<b>3.12 Гопники .....</b>	<b>24</b>
<b>Висновок .....</b>	<b>26</b>
<b>Список літератури .....</b>	<b>27</b>

## Вступ

Сьогодні цілий комплекс суперечливих проблем, неоднозначність процесів, що відбуваються в молодіжному середовищі і в нашому суспільстві в цілому, викликають бурхливі суперечки. На жаль, наше суспільство, яке, власне, породило феномен - "неформалів" продовжує спроби вирішувати їх проблеми адміністративними методами. Вплинути на цю ситуацію в державному масштабі навряд чи вдасться, але в наших силах не повторювати подібних помилок і не сприяти їм, а для цього треба, як мінімум, познайомитися з тим, що молодь вимагає і чим викликані подібні вимоги. Система норм і цінностей, що відрізняють групу від більшості товариств соціуму, називається субкультурою. Вона формується під впливом таких чинників, як вік, етнічне походження, релігія, соціальна група або місце проживання. Цінності субкультури впливають на формування особистості члена групи. Вони не означають відмови від національної культури, прийнятої більшістю, але виявляють лише деякі відхилення від неї. Проте більшість, як правило, відноситься до субкультури несхвально чи з недовірою. Іноді група активно виробляє норми або цінності, які явно суперечать панівній культурі, її змісту і формам. На основі таких норм і цінностей формується контркультура. Відомий приклад контркультури - хіпі 60-х років чи «система» в Донецьку 80-х років.

Елементи як субкультури, і контркультури виявляються в культурі сучасної молоді в Україні. Особливістю нинішньої ситуації, в якій здійснюється формування духовного обличчя підлітків, полягає в тому, що цей процес відбувається в умовах послаблення політичного та ідеологічного пресингу, розширення соціальної самостійності та ініціативи молоді. Він супроводжується переоцінкою цінностей, критичним осмисленням досвіду попередніх поколінь, новими уявленнями про своє професійне майбутнє та майбутнє суспільства. Також велике значення у формуванні субкультурних та контркультурних угруповань молоді мають інформаційні соціальні медіа технології, що часто застосовуються з різною метою – комерційною,

кримінальною, протестною тощо. В умовах сьогодення ці медіа технології перед усім реалізуються через Інтернет соціальні мережі і стають потужним засобом впливу на молодь. Інформація та інформаційні медіа технології – це зброя у боротьбі за підлітків та юнаків, і у авангарді цієї боротьби є школа.

Інформація – сильний інструмент впливу, тому необхідно мати чітке планування і керування інформаційною роботою, що далеко не завжди виходить у освітянських організацій. Закладам освіти - школам, часто властива слабка структуризація позашкільної діяльності, в основі якої лежить емоційний імпульс, порив душі, бажання щось змінити. Це добре, але звідси витікають проблеми планування, імпульсивність, непостійність, зосередженість на процесі, а не на розвитку досягнутих результатів.

Зараз успіх справи багато в чому визначається тим, наскільки успішна інформаційна робота школи, наскільки вона вміє виживати і працювати в інформаційному просторі. А деякі задачі, наприклад робота з неформальними молодіжними угрупованнями школярів або протидія асоціальному впливу криміногенних чинників практично цілковито лежать в інформаційній площині, у тому числі у Інтернеті.

Варто враховувати особливості різних груп молоді щодо сприйняття інформації. Наприклад, поки підлітку вигідно, він інформацію «не чує» або «не розуміє». Особливо це стосується представників «Важко виховуємих» дітей. З іншого боку це властиво і багатьом вчителям, які нерідко займаються справами в межах «від до» і нічого більше не чують, а ще гірше, не розуміють того, що не чують.

Для успішної інформаційної роботи з дітьми треба мати власну систему інформування, бути в курсі того, що хвилює дитину, а це позначає єдине – бути в курсі тієї інформації, що доступна школяреві, у тому числі у Інтернеті у соціальних мережах і спільнотах. Як мінімум, необхідно налагодити співпрацю як між учнями так і між учнями і вчителями у позашкільний та позаурочний час, бути у курсі того, які тенденції набувають розвиток у інформаційних ресурсах сайтів Інтернету, які відвідують учні. Потрібен і обмін

інформацією між вчителями. Хтось повинен робити постійну роботу по відстеженню інформації як у Інтернеті, так і у off line, (готувати повідомлення для вчителів та учнів, зведення по підсумкам акцій, рейдів, кампаній, новин). Ця робота лягає на вчителів інформатики. Головне не забувати, що інформаційна робота повинна вестись постійно. Одноразова інформація ніколи не працює. А зупинивши відстеження потоку інформації одного разу, потім доведеться починати все спочатку.

## **I. Психологічні причини появи неформальних об'єднань підлітків та юнаків.**

Характерні риси молоді - прагнення до всього нового, незвичайного, інтерес до техніки, бажання бути «на рівній нозі» з дорослими, прагнення до активної діяльності. Саме в підлітковому віці відбувається ломка багато чого з того, що було звичним, уже сформованим у підлітка. Це стосується майже всіх сторін його життя і діяльності. Особливо помітні зміни зазнає характер навчальної діяльності, - в підлітковому віці починається систематичне засвоєння основ наук, але часто засвоєння стає також спорадично – випадковим. Змінюється і ставлення до навколишнього: підліток вже не дитина і вимагає іншого до себе ставлення.

Підлітковий вік, особливо з 13-15 років - це вік формування моральних переконань, принципів, якими підліток починає керуватися в своїй поведінці. У цьому віці у багатьох підлітків з'являється інтерес до світоглядних питань, таких, як сенс життя, але під впливом оточення – родина, вулиця, засоби масової інформації може також сформуватися цинічне відношення до людей. Формуванню у підлітка правильного ставлення до дійсності, стійких переконань необхідно надавати першорядне значення, тому що саме в цьому віці закладаються основи свідомого, принципового поведінки в суспільстві, які дають про себе знати і в майбутньому. Моральні переконання підлітка складаються під впливом навколишньої дійсності. Вони можуть бути помилковими, неправильними, спотвореними. Це має місце в тих випадках, коли вони складаються під впливом випадкових обставин, поганого впливу вулиці, поганих вчинків, спотвореної інформації. У тісному зв'язку з формуванням моральних переконань молодих людей складаються їхні моральні ідеали. Цим вони істотно відрізняються від молодших школярів. Як показали дослідження, ідеали у підлітків проявляються в двох основних формах. У підлітка молодшого віку як ідеал виступає образ якого-небудь конкретної людини, в якому він бачить втілення високо цінують їм якостей. З віком у молодій людини спостерігається помітне «рух» від образів близьких людей до

образів осіб, з якими він безпосередньо не спілкується. Старші підлітки починають пред'являти більш високі вимоги до свого ідеалу. У зв'язку з цим вони починають усвідомлювати, що оточуючі, навіть дуже улюблені і шановані ними, в більшості своїй самі звичайні люди, хороші і гідні поваги, але не є ідеальним втіленням людської особистості. Тому в 13-14 річному віці особливий розвиток набувають пошуки ідеалу за межами близьких родинних відносин.

У розвитку пізнання молоді навколишньої дійсності наступає такий момент, коли об'єктом пізнання стає людина, її внутрішній світ. Саме в підлітковому віці виникає спрямованість на пізнання та оцінку морально-психологічних якостей оточуючих. Поряд зі зростанням такого інтересу до інших людей у підлітків починають формуватися і розвиватися самосвідомість, потреба в усвідомленні і оцінці своїх особистісних якостей. Формування самосвідомості - один з найважливіших моментів у розвитку особистості підлітка. Факт формування і росту самосвідомості накладає відбиток на всю психічну життя підлітка, на характер його навчальної та трудової діяльності, на формування його ставлення до дійсності. Потреба самосвідомості виникає з потреб життя і діяльності. Під впливом зростаючих вимог з боку оточуючих у підлітка виникає потреба оцінити свої можливості, усвідомити, які ж особливості його особистості допомагають їм, навпаки, заважають бути на висоті пред'являються йому вимог. Велику роль у розвитку самосвідомості молодій людині грають судження інших. Ускладнення вимог, які пред'являються підліткові в процесі його діяльності, розвиток його самосвідомості, загальне зростання свідомого ставлення до дійсності призводить до якісно нового етапу в його розвитку. У підлітка з'являється і набуває досить помітне значення прагнення до самовиховання - прагнення свідомо впливати на себе, формувати такі якості особистості, які він розглядає як позитивні, і долати у себе негативні риси, боротися зі своїми недоліками. У підлітковому віці починають складатися і закріплюються риси характеру. Однією з найбільш характерних особливостей підлітка, пов'язані зі



зростанням його самосвідомості, є прагнення показати свою «Дорослість». Молода людина відстоює свої погляди і судження, домагаючись того, щоб дорослі рахувалися з його думкою. Він вважає себе достатньо дорослим, хоче мати однакові з нею права. Переоцінюючи можливість своїх вікових здібностей, підлітки приходять до переконання, що вони нічим не відрізняються від дорослих людей. **Звідси їх прагнення до самостійності і відомої «незалежності», звідси - хворобливе самолюбство і образливість, гостра реакція на спроби дорослих, що недооцінюють їх права та інтереси. Слід зазначити характерну для підліткового віку підвищену збудливість, деяку незадоволеність характеру, порівняно часті, швидкі і різкі зміни настрою.**

Значний розвиток в підлітковому віці набувають вольові риси характеру. Під впливом підвищених вимог, що пред'являються підліткові, у нього часто розвивається здатність довго переслідувати свідомо поставлені цілі, вміти долати перешкоди і труднощі на цьому шляху. Але можливе і протилежне – тягар прийняття рішень підліток перекладає на інших, перешкоди і труднощі відлякують його від соціально корисних дій, і він йде легким небезпечним шляхом задоволення своїх потреб незаконними вчинками по відношенню до оточення. Ще гірше, коли поняття «воля» атрофується і вибір моделі поведінки делегується лідеру – такому ж підлітку або юнакові, який керує і формує так звану «зграйну поведінку».

Аналізуючи все вище сказане можна узагальнити і виявити наступні вікові особливості характерні для підліткового періоду:

1. Потреба в енергетичній розрядці;
2. Потреба в самовихованні; активний пошук ідеалу;
3. Відсутність емоційної адаптації;
4. Схильність емоційного зараження;
5. Критичність;
6. Безкомпромісність;
7. Потреба в автономії;

8. Відраза до опіки;
9. Значимість незалежності як такої;
10. Різкі коливання характеру і рівня самооцінки;
11. Інтерес до якостей особистості;
12. Потреба бути;
13. Потреба щось означати;
14. Потреба в популярності;
15. Гіпертрофія потреби в інформації

У підлітків з'являється бажання вивчати своє «Я», зрозуміти, на що вони здатні. У цей період вони прагнуть себе затвердити, особливо в очах однолітків, піти від усього дитячого. Все менше орієнтуються на сім'ю і звертаються до неї. Але зате зростає роль і значення референтних груп, з'являються нові образи для наслідування. Підлітки, що втратили орієнтир, не мають підтримки серед дорослих, намагаються знайти ідеал або зразок для наслідування. Найчастіше таким зразком стає або якийсь збірний образ, або старший товариш, чи дорослий, якого влаштовує роль «вчителя». Цим користуються представники різних сект, асоціальних угруповань, неформальних та кримінальних об'єднань.

## **II. Керування інформацією та інформаційна стратегія школи при роботі з неформальними угрупованнями молоді.**

Щодня світ дедалі глибше інформатизується і занурюється в нові технології; реальні події багаторазово відлунюються у віртуальному просторі (а багато з них взагалі існують лише в ньому). В таких умовах, освітня та виховна діяльність школи змушена перепрофільовуватись у бік Інтернет -простору. Цього вимагає ситуація, це дає нові можливості і у багатьох випадках діяльність має сенс лише у медіа- та віртуальному просторі.

Інформація - це дані, які важливі для розуміння й діяльності, в реальності, яка нас оточує. Щоб зробити щось, буває необхідно або корисно мати деякий набір даних, що стосується предмета. Важливо не тільки що повідомляється, але й коли і як повідомляється: одержувати відомості треба в потрібний момент, щоб вони могли вплинути на ухвалення того чи іншого рішення. Соціаліст-кібернетик Стаффорд Бір говорив: "Інформація - це дані, які змінюють нас". Проте в тих умовах, що склались зараз, громадяни будь-якої демократичної країни в основному знають лише те, що їм показують у телевізорі або вони знаходять у Інтернеті. Інформаційні медіа технології – це сукупність форм та методів маніпулювання інформацією, інакше кажучи, проведення інформаційних процесів, у тому числі на свідомому та підсвідомому рівнях.

Нові сучасні медіа технології будь-якого типу призначені для передачі інформації через цифрову техніку, комп'ютерні системи або мережі передання даних. Більшість форм цих технологій є інтерактивними і містять стислі дані, що призначені для доступу в різних соціальних групах людей. Найбільш поширеними прикладами нових медіа-технологій є такі технології, що включають у себе Інтернет - поняття, наприклад веб – сайт, програми медіа комунікації – Skype, ICQ , та цифрові носії, такі як компакт-диски, DVD- диски, BD диски, Flash носії.

Концепція нових медіа-технологій отримала свій початок в 1960-х роках. А з появою сучасних комп'ютерних технологій, ідея вільного обміну

інформацією через цифрове середовище стало популярною. Відповідно до нових стандартів медіа-технологій, деякі загальні медіа технології існують між усіма типами сучасних медіумів. Географічна відстань перестала бути загрозою через те, що сучасна медіа технологія може бути використана одночасно практично в кожній державі по всьому світу. Рівень і швидкість зв'язку зростає через здатність нових засобів медіа використовувати Інтернет. Крім того, інтерактивний рівень інформаційного обміну дозволяє користувачам швидко адаптуватися до нової методології. Також, раніше ізольовані форми спілкування, такі як відео - та телефонний зв'язок, можуть бути об'єднані разом для спілкування у великій групі, використовуючи нові технології для засобів масової інформації. Такі ідеї, як інтерактивне спілкування просувають нові можливості для впливу на свідомість, щоб вийти на більш високий рівень маніпулювання поведінкою людей.

**Соціальні медіа технології - (СМТ) - це набір онлайнових технологій, які дозволяють користувачам спілкуватися між собою. Спілкування може приймати самі різні форми - користувачі можуть ділитися своїми думками, досвідом і знаннями, взаємодіяти один з одним, налагоджувати контакти, а також ділитися новинами, інформацією, відео, фото, музикою і лінками.**

Приклади СМТ:

1. Інтернет - спільноти - блоги, віртуальні ігри; соціальні мережі, спільноти з виробництва спільного контенту, спільні проекти, геосоціальні сервіси.
2. Комунікації - блоги, мікроблоги, соціальні мережі, подієві комунікації, сайти знайомств, геосоціальних сервіси.
3. Спільна робота - вікі, соціальні закладки, новини (користувачі самі знаходять інформацію і завантажують її на сайт соціальних новин, де передплатники мають можливість обговорювати її зміст), навігація.
4. Мультимедіа - фотохостинги, відеохостинги, кастинг, музика.
5. Огляди

6. Віртуальні світи

7. Платформи - інтернет-форуми, блоги, подкасти, вікі, електронна пошта, соціальні мережі, соціальні, онлайнові ігри.

Особливостями СМТ є:

- Доступність інформації.
- Мінімізація особистого простору.
- Відсутність просторових обмежень.
- Оперативність (реагування в реальному часі).

**Слід зазначити, що соціальні мережі є лише різновидом соціальних медіа технологій, проте зважаючи на велику популярність, їх часто плутають з СМТ.**

Як майданчик відстеження неформальних молодіжних угруповань розглядається соціальна мережа «Вконтакте» з огляду на її популярність та велике охоплення користувачів мережі інтернет.

Велика кількість неформальних угруповань молоді використовують сайти соціальних мереж та блоги для пошуку нових членів та однодумців, при цьому застосовують такі новітні засоби маніпулювання, що виникає підозра, що з тієї сторони монітору знаходяться професіонали.

Говорячи про **соціальні медіа технології**, також не треба забувати про те, що це саме технології. Тому, як і будь-які інші технології, їх можна вивчити і оволодіти ними. При цьому, не слід забувати, що ми самі піддані їхньому впливові і кожен наш крок може бути насправді не нашим бажанням, а майстерним втіленням чиеїсь медіа-маніпуляції. На жаль, зовсім надійних засобів вберегтись від цього ми запропонувати не можемо. Проте можна представити різні можливості, які використовують в боротьбі на медіа-фронті.

Головне, що потрібно завжди пам'ятати - не можна ставитися до інформаційної роботи, тобто до маніпуляцій інформацією у гарному сенсі слова, як до чогось другорядного. Інформація у кожному разі розповсюджується та впливає у тому числі на нас - хочете ви цього чи ні. По

ширення інформації завжди повинне мати свою мету й завдання, у іншому випадку результати можуть бути зовсім неочікуваними.

Керування та відстеження інформації через соціальні мережі у рамках педагогічного процесу з неформальними угрупованнями молоді переслідує кілька задач:

- а) сприяє вирішенню проблеми соціальної поведінки учнів;**
- б) допомагає залучати юнаків та підлітків до вирішення їх проблем;**
- в) запобігає появі непотрібної (шкідливої для учнів та школи) інформації;**
- в) допомагає коректувати дії вчителів відповідно до зворотного зв'язку.**

### **III. Молодіжні субкультури сучасної України та роль соціальних медіа технологій Інтернету в їх формуванні.**

Молодіжні субкультури в сучасній Україні охоплюють переважно школярів старших класів та студентів I - II курсів Вишів. Психологи стверджують, що так вони формують самооцінку, їм легше самоствердитися в угрупованнях, ніж реальними вчинками, що свідчать про дорослості. Молодь же стверджує, що справа не в заниженій самооцінці: нові віяння в українському суспільстві обумовлюють зміну прийнятих установок. Як би там не було, молодіжних течій сьогодні достатньо, і їх прихильників об'єднує багато чого, від філософії до символіки. Короткий огляд основних з цих течій представляє наступну картину. Формування підліткових субкультур в Україні має свої специфічні причини, відмінні від країн Заходу. Насамперед, це - соціальна і економічна нестійкість суспільства. Економічний підйом, що спостерігався в останні роки, принципово картину не змінив. Простіше кажучи, нашу молодь хвилюють не ті потреби, які стимулюють різні молодіжні рухи на Заході, а проблема подолання життєвих труднощів, часом і просто фізичного виживання. По-друге, найбільш бажаною перспективою для сьогоднішніх підлітків та юнаків представляється швидке досягнення престижного соціального стану. Підлітки та юнаки - неформали сильно відрізняються один від одного заявленими цілями, цінностями і, як наслідок, поведінкою і проведенням часу. Наприклад, об'єднуються за ознакою переваги певних стилів музики, танців. Не кажучи вже про футбольних уболівальників: таких об'єднань - близько 80%. На тлі поширення в країні субкультур і псевдокультури зростає рівень злочинності серед української молоді: за статистикою, кожен шостий молодий чоловік у віці від 14 до 30 років хоча б раз скоїв правопорушення або злочин. І це теж пов'язано зі специфікою молодіжних субкультур в Україні. Так, близько 9% від усієї чисельності підліткових угруповань у Донбасі - наркомани і токсикомани.

У 1986 році було офіційно визнано існування неформальних угруповань в СРСР. За мовчазною згодою підлітки стали «відгороджуватися» від дорослих одягом, атрибутикою, сленгом, манерами і мораллю, за що і піддавалися

осуду. Тоді-то підліткові угруповання і почали ділити на асоціальні, антисоціальні і т.д. Наприклад, панки, хіпі, байкери, рокобілли відносились до асоціальних: загрози суспільству вони не представляли, а й загальним нормам поведінки не підкорялися. Антисоціальними називали підліткові угруповання, які носили агресивний характер, утверджуючись за рахунок інших.

А ось підліткові банди, не ставлячись ні до тієї, ні до іншої групи, так і залишилися окремою класифікацією: «банди». Так називали об'єднання підлітків за територіальною ознакою: тут панували свої звичаї і закони, цінувався культ сили і вміння битися. У ході були такі вирази, як «травичка», «прикидка», «лічильник» і тому подібне; прийнято було ходити при зброї. І нині банди як і раніше ворогують один з одним і тероризують «нейтральних» підлітків. Такі організації називають також, залежно від місця, «конторами», зграями. У них входять «бойовики» 16-18-ти років і «лушпиння» - підлітки років 14. Очолюють банди лідери від 19 до 22 років.

В окрему групу виділилися всім відомі молодіжні угруповання, які обрали символіку зі свастикою. Вони називають себе «фашіками», «фашистами», «наці», «нацистами», «Національним фронтом». У народі ж вони більше відомі як скінхеди («бритоголові»).

Але є і молодіжні об'єднання, які отримали назву просоціальні: це об'єднання з захисту природи, пам'ятників архітектури. Ці групи, мета яких - приносити користь суспільству, нечисленні, але активні. Також існують неформальні групи художнього напрямку. Цікавий і так званий «комп'ютерний андеграунд» - своєрідний молодіжний світ, в якому багато підгруп зі специфічною структурою: на найнижчому рівні знаходяться юзери (користувачі), потім йде група «пойнтов», далі - «СісОп», або системні оператори (адміністратори), керують ж ними так звані мережеві комунікатори. У цьому світі існує свій особливий сленг і стиль спілкування. Відсутність постійного контакту в «реалі» вони компенсують обміном електронними листами, спілкуванням у блогах, соціальних напівзакритих та закритих мережах, які стали їх ритуалом. За останні 10 років



різко зросла роль Інтернет середовища у підтримці, рекламі, залученні нових членів неформальних угруповань молоді. Практично стовідсотково будь яка течія має свої групи и об'єднання у соціальних мережах, ці групи іноді мають напівзакритий та закритий характер, вступити до них можна лише після багатомісячного спілкування як в віртуалі так і у реалі. Також треба помітити, що широко використовуються такі різновиди Інтернет – ресурсів як блоги, дошки об'яв, групи у Skype та у ICQ, чати тощо.

При написанні цієї курсової роботи я використовував моніторинг груп у соціальній мережі vkonakte.ru . По результатах моніторингу груп у соціальній мережі vkonakte.ru та сайтів через пошукові системи google.ua та yandex.ua були знайдені активні інтернет-ресурси наступних неформальних об'єднань молоді України:

### 3.1 Скіни

Їх відмінний символ – свастика. Вони називають себе фашистами і цим пишаються. Хтось навіть знайомий з окремими висловлюваннями і творами Ніцше і Шпенглера. Більшість же йдуть простий установці: «основну частину «недолюдей» треба знищити, а решту перетворити на рабів». Скіни з'явилися в Україні ще на початку 90-х років ХХ століття. В основному серед прихильників фашистської ідеології - молодь до 21 року, хоча в їх рядах є й люди 22-26 років. Підлітки - скіни виділяються з натовпу голеними головами, чорної одягом, брюками, заправленими в черевики. Іноді на одязі присутнє зображення п'їтбуля. У громадських місцях намагаються з'являтися групами. Зустріти їх можна в основному ввечері, коли настає «їх» час. Тусуватися вони намагаються в різних місцях, а при зустрічах можуть влаштовувати обговорення «хроніки дня». І якщо одним ненацистом стало менше ... то ця новина принесе бурхливу радість.

Їх групи у vkontakte.ru мають закритий характер, як і блоги. Сайти українських скінхедів постійно змінюють свою адресу, що можна зв'язати з діяльністю підрозділу К1 СБУ. Але <http://politonomia.org.ua/page/ukrainska-skinshed-muzyka-236.html> активно захищає скінхед – ідею. Біля ідеї або псевдоідеї скінів

добре почуває себе комерція, на сайті можна замовити та купити такий самий одяг або аксесуари як у мікрофюрера, можна замовити CD або DVD з відео нападів на расовому підґрунті, причому у високій якості. Нажаль, ефективної боротьби з ними не ведеться.

### 3.2 Фани

Футбольних фанатів вважають субкультурою, близької до кримінальної. Ускладнюється це тим, що вболівальники - одна з найактивніших підліткових груп в Україні. Що характерно для фанів - вони, як правило, навіть не знають історію команд, але «в курсі» недавніх подій і майбутніх матчів. Для них велике значення має емоційна розрядка, можливість кричати, буянити і змішувати різні установки та стилі життя. Втім, і ці об'єднання сильно різняться. Так, наприклад, група уболівальників «Шахтар» уникає бійок, але захищає «молодших» (новачків). Вони добре розвинені фізично і пропагують «чистий спосіб життя». Однак серед подібних угруповань є й така, як «Колдирь бой-фронт» («колдирь» на сленгу - «п'яничка»). Як можна здогадатися, це - уболівальники-алкоголіки. Вікова категорія їх складає 17-18 років, але є і старші. Інтернет-ресурси фанів багаточисельні, яскраво оформлені і відкриті для всіх бажаючих. Також на цих ресурсах можна як придбати будь-що пов'язане з улюбленим клубом, так і прийняти участь у підготовці до фанатських бійок через форуми та блоги, бійки частіше всього відбуваються у режимі **флеш-моб**. Особливо агресивними є фанатські угруповання клубу Динамо Київ, які приймають участь у бійках практично після кожного матчу команди.

### 3.3 Екологісти

Такі молодіжні рухи, що захищають навколишнє середовище, в Україні непопулярні і нечисленні (всього 4%), навіть у Чорнобилі. Акції українського «Грінпісу» здебільшого неефективні і є наслідуванням Заходу. Такі рухи формуються при офіційних структурах: самостійно існувати вони не можуть через матеріальні труднощі і правові перешкоди. Інтернет-ресурси екологів

інтегровані у ресурси партії Зелених і є малочисельні і комерційно непривабливі.

### **3.4 Байкери (Мотоциклісти)**

Мама і тата сучасних підлітків напевно пам'ятають, як у середині 80-х поширилося новий напрямок у музиці - хеві-метал. А ще з'явилися довговолосі хлопці, на мотоциклах і в косухах, яким навіть в голову не приходило слідувати правилам дорожнього руху. Їх стали називати байкерами. Вузьке коло «своїх» приймало до себе новеньких тільки після відбору, і виключно тих, хто міг відстояти свої переконання кулаками. Сила і тренування культивувалися, м'язи нарощувалися, зовнішній вигляд ставав все більш загрозливим. Багато байкерів дійсно були металістами, а на концертах виступали навіть добровільної охороною. Символом абсолютної байкерської свободи став прапор Конфедерації. Однак для того, щоб наслідувати байкерам Заходу, потрібно мати хороший матеріальний статок. Крім того, маючи мотоцикли, їх «західні колеги» мотовласники не можуть виправити елементарні поломки. Але вміння привести в порядок свого «коня» є невід'ємним елементом української субкультури байкерів. Зараз рух байкерів в Україні набув іншого змісту. Молодь, яка дотримується способу життя байкерів, не має ідейної основи. Цей рух ще не до кінця сформувався серед хлопців з сімей з невеликим доходом. Але він вже не байкерський. Це невеликі групки без будь-якої атрибутики і навіть назви. З байкерами вони себе тепер не асоціюють. У Лебедині навесні їх з'їзди на розбитих дорогах проходять гучно, але несистемне. Але з'їзди на мотофестиваль в Криму демонструють вже зовсім інший стиль життя молоді. Заздалегідь учасники фестивалю самі збирають або переробляють свої мотоцикли. Підлітки можуть буквально переселитися на кілька місяців в гараж або влаштувати майстерню прямо в квартирі. Після завершення роботи вони компаніями їздять на мотоциклах по місту, дотримуючись усіх правил руху і не ставлячи перед собою якихось цілей. Групи у Інтернеті на сайті [vkontakte.ru](http://vkontakte.ru) багаточисельні, відкриті та демократичні, стиль спілкування є нецензурний та брутальний. Цінуються

справжні майстри своєї справи, що знаються на мототехніці, і можуть дати кваліфіковану пораду новачкам. Комерційна складова ресурсів чітко відстежується, вона пов'язана лише з основним – мотоцикли та все для них. В останні два роки на сайтах байкерів Криму та півдню України розвивається антиукраїнська тенденція та російськофільні настрої, що є швидше всього акцією спецслужб деяких сусідів України.

### **3.5 Рейвери**

В англо-українському словнику ви швидко знайдете переклад слова «rave», що означає «марити», «маячня». Попоравшись в Інтернеті, можна наткнутися ще на одне визначення в «Словнику сучасного сленгу» Т. Торна: «рейв» - «дика вечірка (a wild party), танці або ситуація відчайдушної поведінки».

Останнє визначення найточніше описує поведінку, що утворилася серед молодіжної субкультури в Україні і що сформувалася у тинів у нічний спосіб життя. Чому нічний? Бо зазвичай рейвери - відвідувачі нічних клубів, і, слід зазначити, недешевих. Не дивно, що ця група нечисленна порівняно з тими, чий інтереси вимагають менших витрат. Інтернет-ресурси рейверів нечисельні і закриті для сторонніх, в основному вони присвячені розгляду програм нічних клубів Києва та обласних центрів. У Лебедині ці угруповання відсутні.

### **3.6 Хіп-хоп-культура**

Серед українських підліткових спільнот угруповання хіп-хоперів з'явилася давно і, мабуть, надовго. Коли хтось починає говорити про хіп-хоп, відразу виникає асоціація з англійським словом «street» - вулиця. Вважається, що цей напрямок народилася на вулицях кольорових кварталів США. Згадуються й інші слівця, які вже давно на слуху і часто вживаються серед підлітків: «брейк-данс», «реп», «графіті», «ді-джеїнг» і навіть «стрітбол» (вуличний футбол) і «ролінг» (катання на роликах). «Підгрупи» хіп-хопа різноманітні, можливо, саме тому ця субкультура охопила досить широкі кола молоді в Україні.

Зараз напрям підтримується органами державної влади і стає все більш популярним і на сцені. Ця молодіжна субкультура протиставляється кримінальним підлітковим угрупованням. «Битви» тут пропагуються виключно з метою встановити, хто краще володіє технікою того або іншого з танцювальних напрямів. Серед шанувальників цієї субкультури цінується спритність, вміння рухатися і тільки потім уже - сила, необхідна для акробатичних рухів. Особливо наочно це можна спостерігати в брейку, або ламаною танці, який знайшов багато прихильників серед наших підлітків. З'явилися і все більшою популярністю користуються хіп-хоп-школи, а також проводяться фестивалі, конкурси, в тому числі і графіті. Хоч назва і походить від італійського «дряпати», насправді це зовсім не дряпання. Даний напрямок давно стало арт-дизайном, який тепер можна побачити не тільки на стінах будинків або парканах, а й у клубах, оформлених у молодіжному стилі. Підлітки захопилися цим видом «настінного живопису» і почали вдосконалюватися в техніці виконання, проводячи «майстер-класи», так що розмальовані стіни все частіше рясніли і «радували» великою кількістю квітів.

Громадськість втомилася з цим боротися, і міська влада нерідко була змушена відводити спеціальні місця, де хлопці могли б «відриватися в повний зріст», поки вистачить сил, часу, фантазії і, звичайно, фарби в балончиках. Зараз можна зустріти багато підлітків, одягнених в хіп-хоп-стилі, але зовсім не відносяться до прихильників цього напрямку. Подібний стиль в одязі продиктований, насамперед, відносною дешевизною, а також достатком цих товарів на ринку. Так що, проходячи повз підлітка в широких штанах, ви, звичайно, можете вирішити, що він «репер». Але це не факт. Хіпхоперів в Інтернеті, об'єднаних у групи на різних ресурсах велика кількість, вони поділені по різних напрямках, комерційна складова є найважливішою, продається все – від мінусовок музиків – негрів до кросовок під Адідас, якість товарів є низькою, тому що товар made in China. Дивлячись на сумських школярів та студентів, розумієш, що справа Хіп-Хоп у Сумах квітне і поширюється.

### **3.7 Феномен «романтичної компенсації повсякденної рутини»**

Цей феномен втілюють абсолютно унікальні і дуже популярні в даний час молодіжні рухи. Вони яскраво демонструють прагнення молодих людей до оновлення, «прикраси» свого життя чимось незвичайним, намагаються привнести в сірі будні захоплюючі враження і адреналін, часто за допомогою екстриму. Послідовники цих течій об'єднуються для занять екстремальними видами спорту або для походів в глуху тайгу, щоб «закинути» себе все в ті ж екстремальні умови. Їх групи у [vkontakte.ru](https://www.vkontakte.ru) нечисельні, в основному закриті і вступити в них можна лише по рекомендації, і учасники цих груп намагаються себе не афішувати, у більшості вони діти заможних батьків або самі вже зробили перші кроки по сходах вдалої кар'єри.

### **3.8 Дігери**

Їх вабить таємничість підземних ходів, небезпеки підземного світу. Закритість цього суспільства, яке не любить афішувати свої дії і своє існування в принципі, залучає молодь. Таких об'єднань багато по всій Україні. Вони об'єднуються в маленькі групки і не люблять приймати у свої ряди когось ще. Дігери мають щось спільне з екологістами: «спілкуючись» постійно з підземними комунікаціями, вони попереджають про осіданні фундаменту, екологічних проблемах, якими можуть бути чреваті земні надра. Комерційна складова Інтернет-ресурсів практично відсутня у зв'язку з обмеженнями у доступі до цих ресурсів.

### **3.9 Толкіністи**

Рух народилося завдяки захопленню молоді рольовими іграми з численними персонажами з книг Джона Рональда Толкієна Роуела «Хоббіт», «Володар кілець» і «Сільмаріліон». Поступово рух став не тільки молодіжним, але й громадським, проголосивши своїм гаслом: «Тусуватися завжди, тусуватися скрізь, навіть на суші, навіть у воді». Так звані «тусовки» проходять у костюмах ельфів, гномів, гоблінів і т.д. Популярне серед толкіністів проведення часу - «бої» з використанням імітації зброї. Можуть вони

зустрічатися і для спілкування, обговорення сценаріїв для наступних зустрічей, але незмінно ведуть себе відповідно обраним ролям, не виходячи з образу. У них навіть виробився власний етикет у спілкуванні: «аристократичний», з підкреслено витіюватими фразами. Особливий інтерес представляють «сімейні відносини» толкіністів. Вони можуть навіть «повінчатися», причому «жрець» вимовляє: «Я вінчаю вас в ім'я горілки, пива і спиртного духу». «Наречений» і «наречена» цілуються, а присутні рахують вголос. Нарахували до 20 - значить, у випадку «розлучення» потрібно буде поставити 20 пляшок пива. Невигідно «розлучатися», так? Кажуть, що «казкові» весілля нерідко закінчуються реальними .. Вважається, що рольові ігри допомагають вирішити молодим людям завжди актуальну проблему спілкування в молодіжному середовищі. Але починає здаватися, що для цих хлопців світ, створений Толкієном, реальніше української дійсності... Молоді українці намагаються піти в цей яскравий світ від того, що їх оточує. Групи толкіністів у vkontakte.ru багаточисельні, аморфні у структурі, демократичні і відкриті, але їх фізичне розташування – це великі міста, заходи – рольові ігри заздалегідь плануються, рольовий одяг та зброя дуже дорогі, тому їх вигідно купувати у Інтернет – крамницях, власниками яких у основному є негласні лідери «толканутих» у великих містах. Таким чином казка і комерція доповнюють та підтримують одна одну.

### 3.10 Готи

**Гóти** — представники готичної субкультури, натхненні естетикою готичного роману, естетикою смерті, готичної музики й відносять себе до готик-сцени. Представники руху з'явилися на початку 1980-их років під впливом готичної сцени. Панківський епатаж готи спрямували в русло пристрасті до вампірської естетики, до темного погляду на світ. Готична естетика вкрай еkleктична за набором вживаних і популярних символів, можна зустріти і єгипетську і християнську

і кельтську символіку. Основним готичним символом є єгипетський анкх, символ вічного життя - ймовірно, у зв'язку з темою вампірів, безсмертя. Також часто вживаються й інші єгипетські символи - такі як «Око Ра». Християнська символіка використовується менше, переважно в вигляді звичайних розп'ять (тільки зі стильним дизайном). Кельтська символіка зустрічається у виді кельтських хрестів і різних кельтських орнаментів. До чисто готичних символів можна віднести кажанів - різні зображення кажанів (зв'язок з вампірами очевидний) ви можете зустріти на сотнях та тисячах готичних сторінок в Інтернеті і на багатьох прикрасах. Також символами готичної субкультури можна вважати вовка, сову. Тому ця інтернет мережна субкультура найкомерційна з усіх в Інтернеті, але вона й одна з небезпечних, тому що лише один крок відокремлює готів від сатаністів, й багато новачків не бачать, як роблять цей крок. У Лебедині існує невелика група готів, що ходять до школи у пірсінгу та шкіряному одязі, але їх вплив на школярів невеликий, й обмежений.

### 3.11 Емо

Емо (англ. emo: від англ. emotional - емоційний) молодіжна субкультура, яка утворилась на базі прибічників однойменного музичного жанру.

Найпоширеніша субкультура серед підлітків 13-17 років (хоча іноді зустрічаються і старші прихильники). Головне для представників цієї субкультури - емоції. І вони черпають їх звідусіль - із музики, книг, кіно. Часто в емо - музиці переважає крик («скрім»), плач, вереск.

Серед інших субкультур особливою любов'ю не користуються, особливо хлопчача частина емо. Їх вважають плаксями і всерйоз практично не сприймають. Носять виключно чорно-рожевий одяг, кеди, часто стрижуть волосся і залишають довгу чілку, що закриває пів-обличчя. Волосся і нігті нерідко фарбують у чорний колір. Хлопці вдягають обтягуючі штанці з низеньким поясом і приталений верх. Люблять обвішуватися значками і фенечками, пірсинг, часто носять маленькі тонелі. Мета їхнього одягу - стерти різницю між хлопчиком і дівчинкою.



Прихильники Емо дуже чутливі, емоційні діти, які виносять протест «сірому, буденному» суспільству. Але, найголовніше, цей протест може бути небезпечним для самих представників цієї субкультури, оскільки носить саморуйнівний характер.

Досліджуючи Інтернет-сайти Емо, бачимо пропаганду самопошкодження та самогубства як протест існуючому стану суспільства, як виклик дорослим. Загроза полягає в тому, що дані сайти стають особливо небезпечним для підлітків через їх особливості даного вікового періоду, який характеризується ще неформованим світоглядом, підвищеною вразливістю психіки, надемоційністю, зміною життєвих орієнтацій та значимих для дитини осіб, що призводить до негативного сприйняття світу, усвідомлення та наслідування самогубства як єдиного засобу самовираження. Тому слід обережно й наполегливо вести роботу з такими дітьми, розкривати перед ними інші шляхи для самовираження.

### **3.12 Гопники**

Гопники - широко відоме молодіжне напівкримінальне угруповання з яскраво вираженою агресивністю в поведінці. Спочатку це було стихійне об'єднання підлітків. Вони з'являлися в різних містах України, завжди готові до несподіваного нападу, дрібного грабунку «Лохів», до яких вони відносять решту населення України. Ця практика стихійного побиття дещо пізніше стала «зразком» для скінхедів - угруповань з більш організованою структурою, що також склалися в основному з підлітків. Насильство – клей гопниківського суспільства. Потреба у захисті, стадний інстинкт, слабкість та страх переростають у різноманітні види насильства в процесі реалізації гопниківських норм поведінки. Лише керуючись стадним інстинктом або під впливом алкоголю та наркотиків гопники чинять насильство. З іншого боку, той факт, що внутрішня ієрархія гопниківського суспільства будується на базі примітивних ознак сили (хто сильніший, той і головніший), свідчить про вирішальну роль насильства в їхньому середовищі.

Зовнішніми ознакам гопників став одяг: спортивні випрасовані тренувальні штанці, «косуха», «кепарь», кросівки, вживання специфічного сленгу «Олбанської мови» та специфічна поведінка у суспільстві. **Але парадоксом є малочисельність соціальних інтернет ресурсів гопників, і велика кількість ресурсів, призначених боротьбі з цим явищем, що дає надію на адекватне реагування українського суспільства на це ганебне явище серед підлітків та юнаків України.** Тема гопників в Україні є обширною и заслуговує на окреме дослідження, тому що субкультура гопників поширюється як у великих містах, так і у малих містах і селах.

## Висновок

Підводячи підсумки, треба зазначити, що зараз йдуть бурхливі процеси змін в суспільстві, які відповідно впливають на соціалізацію підлітків. Взагалі суспільству потрібні такі його члени, які можуть жити в цьому суспільстві. Сьогодні в Україні у зв'язку зі зміною політичної та економічної орієнтації держави, основні традиційні агенти соціалізації знаходяться в кризі. Середня українська сім'я не здатна якісно виконувати свою роль, спостерігається різке падіння її виховних функцій. Такі ж процеси відбуваються і в школі. Найбільшою мірою проблема молоді в нашій країні пов'язана з успадкованою від тоталітарної системи нетерпимістю до іншого способу життя і поведінки, причому простежується не стільки в правових актах, скільки в голові самих громадян. Непримиренність породжує відповідну непримиренність, і тому сьогодення молодь, приймаючи від батьків матеріальну допомогу, не приймає батьківського способу життя, поглядів і поведінки. На ґрунті подібних міжгенераційних і соціальних протиріч і виростає сучасна молодіжна субкультура - «вся з контрастів, з гострих кутів, з клубка моральних та естетичних проблем»<sup>1</sup>, і вона тісно пов'язана як у позитивному, так і в негативному сенсі з мультимедійними соціальними мережними технологіями, що використовують молодіжні субкультури у відповідності до заданої мети – явної та таємної.

У зв'язку з цим, завданням сучасної школи у роботі з молодіжною субкультурою повинна бути в першу чергу відмова від негативистських упереджень і диференційований підхід до оцінки відмінних від загальноприйнятого світоглядів і діяльності сучасних формальних і неформальних молодіжних об'єднань. Будь-який прояв неуваги до молодіжних проблем здатен (повертаючись, подібно бумерангу, з іншого боку в самий непередбачений момент) створити великі проблеми для сьогодення й майбутнього суспільства.

---

## Список літератури

1. Воронін Г. Л. Конфлікти в школі. // Социс 3 / 94
2. Дементьєва Н. Ф. Сім'я в системі стартових життєвих умов старшокласників. // Социс 6 / 95
3. Жуховицкий Л.А. Все, чого ви потребуєте М. 1990.
4. Ковальова А. І. Криза системи освіти. // Социс 3 / 94
5. Кравченко А. І. Введення в соціологію / М. "Нова школа" 1995.
6. Лісовський В.Т. Радянське студентство: соціологічні нариси. М.1990.
7. Лісовський В.Т. Соціологія молоді. М.1996.
8. Морозов В.В., Скряба А.П. Суперечливість соціалізації та виховання молоді в умовах реформ. // Соціально-політичний журнал. 1998. № 1.
9. Пономарчук В. А., Толстих А. В. Середня освіта: дві критичні точки сучасної школи. // Социс 12/94
10. Проблеми соціалізації молоді. Реферативний збірник / М. 1993.
11. Раковська О. А. Соціальні орієнтири молоді: тенденції, проблеми, перспективи / М. "Наука" 1993.
12. Руткевич М. М. Соціальна орієнтація випускників основних шкіл. // Социс 10/94
13. Сікевич З.В. Молодіжна культура: "за" і "проти". Л. 1990.
14. Смелзер Н. Соціологія. М., 1994.