

Вітрук Х. Ю., Добролюбська Ю. А.

Молодіжні субкультури в сучасному інформаційному просторі

Молодіжні субкультури в тому вигляді, в якому ми їх знаємо, з'явилися після Другої світової війни, коли підлітки нарешті обзавелися грошима і часом для пошуку самоідентифікації. У 1950-ті і 60-ті роки стався справжній бум субкультур, багато з яких в тому чи іншому вигляді існують й сьогодні (наприклад, байкери або хіпі).

Але з появою Інтернету багато що змінилося. Якщо раніше справжній рокер залишався рокером завжди і всюди, то зараз субкультура — це маска, яку можна надіти чи зняти. Цього вечора ти обговорюєш з хіпстерами свіжий роман Паланіка — а завтра одягаєш шкіряну куртку і берци, щоб піти на рок-концерт у підвальний бар в компанії панків — і ніхто тебе не засуджує, тому що фрагментарне входження в субкультуру зараз норма.

Нові субкультури не відповідають переліку ознак, які визначали субкультури раніше. Це навіть дає деяким дослідникам привід говорити про те, що субкультур більше не існує і на зміну їм прийшли «культурні мікси» [4]. Проте, спробуємо коротко описати кілька субкультурних течій останніх років.

Досить поширеною є «ванільні». Ця специфічна субкультура з'явилася на початку 2010-х і поширена в основному серед дівчат-підлітків. Назва походить чи то від любові до одягу ванільних відтінків, то від любові до солодощів, чи від назви фільму «Ванільне небо». Їхній світогляд будується на трьох ідеях. По-перше, це підкреслення жіночності, ніжності, слабкості (любов до мережива, пастельних тонів, каблуків і легкого макіяжу). Можливо, це стало реакцією на нав'язування дівчатам образу сильної жінки. А може, дівчатка, які виростили в сім'ях радянського зразка (де мати спочатку працювала нарівні з батьком на заводі, а потім ще стільки ж готувала борщ вдома), відчули, що новий час надає їм можливість прожити не таке, як у матері, життя [3].

Друга особливість — любов до депресивності, прихованого трагізму. Будь-яка субкультура так чи інакше бунтує проти суспільства, але у ванільних це «тихий бунт» — заглиблення в себе, відсторо-

нення від суспільства. Вони позиціонують себе як вічно закоханих і страждають від нерозділеного кохання. Такі дівчата не відрізняються агресивністю і не кидають виклик суспільству, вони представляють собою чистоту відносин і романтичність натури.

І, нарешті, ванільні вибирають особливий тип одягу. Часто це принт з британським прапором або напис «I love NY». Крім таких майок на дівчатах можна побачити картату сорочку з вузькими брюками або джинсами, на ногах — кеди або балетки. Також нерідко можна побачити таку дівчину в легкому крепдешиновому платті. В цьому випадку талію буде підкреслювати тонкий пояс, а в руках юної леді буде величезна сумка. Образ чуттєвого метелика доповнюється окулярами в роговій оправі або величезними сонячними окулярами. Волосся ванільних дівчат завжди або легко розвивається, або зібране в строгий тугий пучок. З декоративної косметики дівчата вважають за краще напівпрозорий блиск для губ, неясковий лак для нігтів, пудру, а взагалі, вони дотримуються природної краси.

Слово «ванільний» стало прозивним і позначає все нудотно-ніжне. А самі ванільні — незмінний предмет жартів в Інтернеті.

Прихильники даної субкультури не розлучаються з фотоапаратом і є зятими прихильницями селфі. Причому, у них в руках буде не звичайна «мільниця», а хороший, дорогий апарат. Об'єктами фотографій зазвичай бувають самі героїні, зображені на тлі підвіконня, вікна, сходів. Часто дівчина тримає в руках плюшеву іграшку, катається на гойдалках. Все це створює романтично-солодкий образ. Багато хто любить фотографувати тільки тіло або його частину. Наприклад, кисть руки з ажурним кільцем, або ніжки в милих дитячих тапочках. На багатьох фотографіях ці дівчата зображують їжу. Це можуть бути коктейлі, в які встромлено палички зі смайликами, або шматочок торта, поруч з яким лежать зерна кави. Взагалі, кава — це особливо улюблений «ванільними» напій. Його вони знімають набагато частіше всього іншого.

Ванільних дівчат не так уже й мало, їх можна зустріти в кафе, соціальних мережах або парках [1].

Іншою дуже масовою течією можна назвати тамблер-герл (веб-панк). «Тамблер-герл» їх називають тому, що свій стиль вони копію-

ють і поширюють на сайті Tumblr. Чорні хрести на тлі космосу, тонкі чорні нашійники, туфлі на плоскій високій підшві, короткі чорні спідниці-сонечка, капелюхи з широкими полями — напевно кожен бачив не одну подібну дівчинку. На відміну від субкультур минулого, їм не треба мучитися з тим, щоб шити одяг вручну або діставати в екзотичних місцях — до послуг тамблер-герл безліч тематичних магазинів в мережі. А оскільки веб-панк — це поєднання реального і віртуального, фотографію слід прикрасити піксельними малюнками, блискітками, єдинорогами, райдугами і фоном Windows.

Якщо «ванільні» вважають, що підкреслюють депресивністю свою «інакшість», то веб-панк кажуть: депресія — абсолютно нормальний стан в цьому повному болю світі. Над своєю депресією можна (і потрібно) дотепно жартувати. Звичайно, як і будь-яка субкультура, веб-панк стереотипний, і по-справжньому дотепних жартів, цікавих образів і глибоких думок там знайти важко. А до всього іншого тамблер-герл часто критикують за романтизацію пасивності, ліні та інших поганих речей.

Тамблер-герл обожають принцес та єдинорогів, мабуть, через бажання привнести в життя постмодерніста-споживача хоч трохи казки. Манера тамблер-герл робити картинки з написами на красивому фоні стала предметом незліченних пародій в Інтернеті.

Tumblr — це, перш за все, візуальний контент, у прихильників якого немає особливих музичних уподобань (які були характерні, наприклад, для емо). Ідоли tumblr-спільноти — симпатичні худорляві дівчата, які ведуть активну діяльність в соціальних мережах. Їх фотографії ретельно продумані та «поставлені», часто мають «прихований підтекст», зняті з використанням різноманітної атрибутики та декорацій. Деякі, втім, вважають за краще кардинально інший стиль зйомки: підкреслено необроблені фото, гранжевий, трохи неохайний зовнішній вигляд. Ще один тип tumblr-зображень — це колажі, в яких активно використовуються стікери, неонові написи, мармурові та космічні рамки, а також символіка вічхауса — трикутники, хрести, очі. Крім худорлявості та приємної зовнішності, tumblr-діва не повинна соромитися наготи та навіть синців і саден — в цьому русі подібні каліцтва набувають власної естетики.

Ці дівчата позиціонують себе як відкритих, товариських і, в той же час, трохи «не від світу цього»: їм близькі депресивні настрої, інфантильна поведінка, відсутність турботи про завтрашній день. Вони легко знаходять спільну мову з фанатами через коментарі в *instagram*, *snarchat* і *periscope* — і в цьому ще одна характерна риса руху: *tumblr*-люди зобов'язані йти в ногу з часом і першими дізнатися про нові додатки для спілкування, роботи з фото і відео [3].

Tumblr-дівки люблять привертати до себе увагу оригінальними предметами гардероба, але все ж існує і певна «уніформа». Прийнятні фасони — це кроп-топи і футболки з помітними принтами, неопренові светри, короткі А-образні спідниці, шорти і джинси із завищеною талією, косухи і шкіряні куртки. Бренди не мають особливого значення: перевага віддається «вінтажним» речам або звичайному секонд-хенду. Втім, носити одяг азіатських марок є престижною ознакою.

Завдяки аксесуарам вони намагаються відрізнитися один від одного: сумка у вигляді пакету молока, пов'язка на голову, усяяна крихітними місячними призмами, несподіваного кольору шкарпетки. І, природно, відмітний *tumblr*-аксесуар — чокер — прикраса, яка щільно облягає шию (як у Наталі Портман у фільмі «Леон-кілер»).

Єдина умова, що висувається до кольору волосся, — він не повинен зустрічатися в природі: на піку популярності яскраво- і блідо-рожеві, блакитні, зелені, фіолетові відтінки. Також чимало уваги приділяється зачіскам: *tumblr*-дівки люблять складні плетіння та прикраси у волосі, що надають їх образам відтінок інфантильності.

Ще однією відмінною рисою руху, якою б абсурдною вона не була, є любов до «прикрашення», стікерів, наклейок та блискіток. Їх поміщають на лоб і щоки, покривають ними губи та повіки, перетворюючись на космічних прибульців і казкових принцес. Виток цього тренда з'ясувати досі не вдалося, але для *tumblr*-спільноти він є визначальним [3].

«Корейська хвиля» — це субкультура, що складається з фанатів південнокорейських музичних груп. Масове поширення корейської поп-культури по всій Азії, а після й по Латинській Америці, Європі та США отримало з легкої руки китайських журналістів назву

«Корейська хвиля», або Халлю. Почалася вона ще наприкінці 1990-х років, а до 2000-го перетворилася на справжній k-рор-шторм. Причому штормити почало саме Китай, і з тих пір саме Китай є основним споживачем продукту k-wave в світі. Халлю «захоплювала» світ дуже м'яко, цілеспрямовано і нещадно — це після назвали методом «м'якої сили». Відбувалося це з ініціативи держави, відповідно до державної ідеології, за кількома напрямками, серед яких і сучасна музика, яка навіть була виділена в окремих музичний напрям, який одержав назву k-рор, і кінематограф, і телеіндустрія, зокрема, виробництво дорама, і тхеквондо, мода і непередана корейська кухня.

Є кілька думок щодо того, що послужило поштовхом до такого масштабного культурного наступу Південної Кореї спочатку на Китай, а потім вже на інші країни та континенти [1]. Багато авторів пишуть, що сталося це на тлі економічної кризи, яка вибухнула в Кореї наприкінці 90-х років минулого століття у зв'язку з тим, що керівництво Південної Кореї непродумано слідувало вказівкам МВФ, в результаті чого затягнуло країну в економічну депресію [3]. Намагаючись знайти вихід із ситуації, прихильники так званого «соцієнтального» руху запропонували взяти курс на залучення інвестицій в культуру, вірніше в шоу-бізнес, адже, як відомо, саме ця індустрія завжди прекрасно окупається. Перші дивіденди пішли вже через пару років, коли про моду на все корейське заговорили в повний голос. Почалася хвиля з поширення по Азії дорам, тобто корейських телевізійних серіалів, а конкретно з серіалу «Зимова соната» з Пе Ен Чжуном в головній ролі. Пізніше до цього процесу підключилася естрадна музика, так званий k-рор, і саме з корейською музикою зараз найбільше асоціюється поняття Халлю. Ще один популярний напрям — корейські відеоігри, які заповнили Інтернет і продовжують домінувати в ньому.

Самі корейці неймовірно пишаються своїм культурним феноменом. Кожну нову культурну вершину, яку підкорює хтось із k-wave-зірок за кордоном, вони зустрічають з великою радістю і з задоволенням коментують цей факт. І їх можна зрозуміти, адже саме завдяки «Корейській хвилі» економіка країни не тільки ви-

правилася, але й почала впевнене зростання, багато в чому, до речі, за рахунок сфери туризму, яка з 90-х років отримала бурхливий розвиток. Міністерство культури і створене на його базі Корейське агентство креативного контенту використовують всі напрямки «Корейської хвилі» для того, щоб підвищити інтерес іноземців до корейського культурного туризму [2].

Корейський культурний «вірус» вразив Індію, Непал і Пакистан, причому там корейська хвиля, яка принесла моду на все корейське, просто вийшла з берегів. Те ж саме можна сказати про Філіппіни та Таїланд. Накрила хвиля Халлю і країни Європи: французькі фанати, наприклад, навіть виступили з флеш-мобом на тлі Лувру, вимагаючи, щоб агентство SM Entertainment привезло своїх вихованців на гастролі до Франції. Концерт незабаром відбувся, зібравши чотирнадцять тисяч глядачів. Що стосується США, то якщо корейські поп-виконавці тільки намагаються освоїти перенасичений зірками американський ґрунт, то серіаломани вже роблять свій вибір на користь корейських дорам, які, на їхню думку, набагато добріші, гарніші їх власних, американських. Американці визнають, що серіали виробництва США, Канади або Австралії вульгарніше корейських, та й до того ж занадто затягнуті. Прагнучи зробити побільше грошей на успішному телешоу, творці намагаються продовжити серіал на якомога більше сезонів, що часто не йде на користь. Корейські ж серіали складаються з 16–20 серій, від них не встигаєш втомитися, і після фінальної серії залишається тонкий приємний післясмак, а не оскома. Відсутність сексу в корейських дорамах, як це не дивно, американські телеглядачі вважають гідністю, а не недоліком — мабуть, американські серіали з їх постійними постільними сценами, де ллється кров з екрану, порядком втомили навіть серіаломанів США, але ж вони вважаються одними з найвідданіших фанатів в світі.

Звичайно, шторм цей якщо не накрив Україну, то ґрунтовно «підмив» зворушливу прихильність більшої частини українських підлітків та молоді до японських аніме, а любителів манги «завербував» в ряди своїх фанатів.

Інформація про субкультури стала доступна всім, і часто їх іміджує предметом пародій. А ще Інтернет розмиває вікові межі [2].

Раніше «перехворіти» субкультурою можна було в десятирічний проміжок між кінцем дитинства та остаточним початком дорослого життя. Тепер навіть дитина має практично необмежений доступ до інформації і може вибирати собі ту модель поведінки, яка їй близька, та й дорослі не бажають відмовлятися від звичних образів. В результаті в субкультуру входять не тільки підлітки, а й діти та зовсім зрілі люди.

1. Карп'як В. Молодіжні субкультури / В. Карп'як // Спілка української молоді [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.cym.org/ua/content/subcult1.asp>
2. Ми такі різні. Молодіжні субкультури: путівник по інтернет-ресурсам / Уклад. Є. А. Шевченко; ОКЗ «Харківська обласна бібліотека для юнацтва». — Харків, 2015. — 19 с.
3. Новые субкультуры: ванильки, тамлер-герл, «корейская волна» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://sub-cult.ru/chtivo/sub-cult/6727-novye-subkul-tury>
4. Омельченко Е. Л. Молодежные культуры и субкультуры / Елена Леонидовна Омельченко. — М.: Институт социологии РАН, 2000. — 261 с.

Кучерук О. А.

Социальное отчуждение в пространстве эфемерного единства. Актуализация вопроса

Досуг современного человека, его интересы и увлечения, жизненная позиция и прочие культурные констатации в условиях информационного плюрализма и сетевого всеохвата являют собой феномен некоего иллюзорного единства, отталкивающегося от текущей социокультурной глобальной устроенности нашего мира. В попытках соединения исторических противоположностей и размытия культурных неоднородностей планетарного социального тела неустанно усердствует современная технократическая культура, конечной целью которой, вероятно, есть построение некоего гардеробного, стандартизированного сообщества с контролируруемыми социальными реакциями.

Описываемое эфемерное единство носит синтетический, стихийно управляемый искусственный характер и, хотя возможной его итого-