

УДК 316.648:316.35

ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ СУБКУЛЬТУРНЫХ МОЛОДЕЖНЫХ ГРУПП

Т.А. Попкова¹, С.А. Травина²

¹АНО ВО «Московский гуманитарно-экономический университет» – Тверской институт (филиал), г. Тверь

²ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь

DOI: 10.26456/vtpsyped/2020.1.154

Уточняется понятие субкультуры как института социализации личности. Через данные эмпирического исследования представителей различных субкультур современной молодежи – «блогеров», «ютуберов», «байкеров» и «рокеров» – раскрывается специфика их терминальных ценностей и ценностных, а также смысложизненных ориентаций. Дается авторская интерпретация статистически значимых взаимосвязей заявленных параметров.

Ключевые слова: *субкультурная молодежная группа, ценностные ориентации молодежи, смысложизненные ориентации молодежи.*

В последние десятилетия мы можем констатировать трансформацию ценностей и ценностных ориентаций людей на фоне быстрых темпов развития и совершенствования глобальных информационных процессов, ускорения ритма жизни, изменения социальных требований к личности. Многие исследователи отмечают преобладание прагматических ценностей над духовными. Особую озабоченность в нынешние времена вызывает ценностная трансформация в сознании современной молодежи. В период неизбежных изменений трансформация имеющихся устоев и правил, ценностный кризис проявляются больше всего в сознании данной социовозрастной группы.

Определяя проблему исследования, можно сказать, что в настоящий момент немного работ именно психологической направленности изучают ценности и ценностные ориентации в контексте принадлежности личности к субкультурным группам, чаще это социологические исследования. Проблемное поле определяется также и тем, что на сегодняшний день современные молодежные субкультуры крайне разнообразны. Появляются новые субкультуры, организуются новые социальные пространства, в которые включаются молодые люди и которые в той или иной степени определяют поведение и ментальность ее участников.

Наше исследование посвящено изучению ценностных ориентаций в контексте принадлежности молодежи к тем или иным субкультурным группам. Подобных работ очень мало, так как редко психологами изучаются субкультурные группы как социальные объединения людей. Чаще мы встречаем тексты просто с описанием той или иной субкультуры, характеристикой ее внешних (особенностей

одежды, сленга и пр.) и внутренних (особых правил поведения, ритуалов и т.п.) признаков.

Весомый вклад в изучение причин создания и распространения субкультур в нашей стране сделан психологом Л.И. Михайловой. По ее мнению, пик распространения и развития субкультур пришелся на период кардинальных преобразований в российском обществе, связанных с распадом СССР. Новый исторический этап в развитии страны сопровождался различными изменениями: менялись идеалы, смещались патриотические настроения, преобладал духовный кризис, менялись ценности. В этой атмосфере неопределённости, бездуховности, страха развивались поколения, формировались личности. Образовывались субкультуры разной направленности, в том числе криминальной, антиобщественной.

Важным в данной работе является понимание того, что субкультура является одним из институтов социализации личности. Исследователь В.В. Воронов определяет молодёжную субкультуру как набор ценностей и норм поведения, вкусов, форм общения, которая отличается от культуры взрослых и характеризует жизнь подростков, молодежи примерно от 10 до 20 лет [1, с. 10].

При изучении феномена субкультуры важно также учитывать, что субкультура выступает в противоречивой позиции и неоднозначно влияет на молодых людей. С одной стороны, она отдаляет молодежь от общей культуры общества, с другой – облегчает освоение ценностей, норм, социальных ролей [5, с. 107].

Наличие субкультур в обществе – неотъемлемая часть его развития. Исследователь Л.В. Моисеенко подчеркивает, что взаимодействие молодежной субкультуры и национальной культуры, взрослого мира и мира молодежи способствует социальному прогрессу. По мнению Л.В. Моисеенко, субкультура выполняет развивающую, коммуникативную, творческую, познавательную, корпоративную функции для развития личности, способствует аутоидентификации субъектов [3, с. 87].

Многообразие субкультур, по мнению отечественного ученого Ф.А. Колбунова, связано с многообразием интересов молодежи [2, с. 20]. Молодые люди различны по моделям поведения, нормам отношений, стилю и образу жизни, способам личностной презентации. Это отражается и в субкультурах. Ценностные ориентации конкретной субкультуры базируются на социальном опыте, ценностях общества, которые преломляются в соответствии с характером субкультуры, возрастными или иными специфическими особенностями членов субкультурной группы.

Молодежь со своими ценностями является своеобразным лакмусом развития общества: о чем думают, что ценят, что отвергают –

все это и другое является показателем политических, социальных, нравственных ориентиров страны. Поэтому ценностные ориентации личности оказываются объектом повышенного внимания и изучения [4, с. 40].

Цель исследования: изучение ценностей и ценностных ориентации молодежи в контексте молодежных субкультур.

Задачи исследования: определение осведомленности молодежи о субкультурах; выявление молодежи, принадлежащей к определённым субкультурным группам; исследование детерминации ценностей и ценностных ориентации молодежи в контексте молодежных субкультур; оценка различий в ценностях и ценностных ориентациях молодежи в контексте молодежных субкультур.

Предмет исследования: ценности, ценностные ориентации, их особенности в различных субкультурных группах.

Объект – молодые люди в возрасте 18–25 лет, учащиеся колледжей, вузов, работающая молодежь. Всего в исследовании приняли участие 125 человек.

Нами была сформулирована гипотеза о том, что существуют различия в структуре ценностей и ценностных ориентаций у молодежных представителей разных субкультурных групп.

Методы исследования: опрос (авторская анкета), тестирование (методика «Ценностные ориентации», автор М. Рокич; тест смысложизненных ориентаций (СЖО) Д.А. Леонтьева; опросник терминальных ценностей (ОТеЦ) И.Г. Сенина); методы статистической обработки данных: описательная статистика, непараметрические критерии (*H*-критерий Крускалла–Уоллиса).

На первом этапе нами было опрошено 125 молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет. Респондентами выступили юноши и девушки, студенты колледжей и вузов г. Твери, работающие молодые люди. Всего в опросе участвовали 60 юношей и 65 девушек.

В ходе опроса выяснено, что большинство молодых людей осведомлены о различных субкультурных молодежных группах, имеют о них представления. Больше половины отнесли себя к какой-либо группе, субъективно подтверждают свою принадлежность. Как правило, это современные молодежные течения, связанные с информатизацией, компьютеризацией, интернет-коммуникацией (блогеры, ютуберы). Есть также те, кто принадлежит к «старым» субкультурным группам типа «рокеры», «байкеры». Единично в нашей выборке представлены такие молодежные направления, как волонтерство, альтернативщики, готы, эмо и другие. Из тех, кто не относит себя к какой-либо субкультуре, большинство не имеют желания стать частью таких объединений.

Далее мы выбрали 4 группы, наиболее представленные при опросе: ютуберы, блогеры, байкеры и рокеры (всего участвовали

69 человек). Представителям данных групп было предложено пройти тесты, рассматривающие их ценности, ценностные и смысложизненные ориентации. Распределение респондентов представлено в таблице.

Распределение респондентов по принадлежности к субкультурным группам и по полу

Представители субкультурных групп	Количество	Пол	
		женский	мужской
Ютуберы	19	8	11
Блогеры	16	9	7
Байкеры	15	4	11
Рокеры	19	11	8
<i>Всего</i>	<i>69</i>	<i>32</i>	<i>37</i>

Вторым этапом исследования явилось изучение ценностных ориентаций и ценностей в группах молодежи, принадлежащих к определенным субкультурным группам.

Сначала представим результаты исследования ценностей по методике М. Рокича. Как уже уточнялось, полученные результаты исследования ценностей мы анализируем в контексте принадлежности респондентов к одной из 4 субкультурных групп: ютуберы, блогеры, байкеры и рокеры.

Выявлены ведущие ценности в разных группах:

1. *Ведущие ценности в группе «ютуберы»:* здоровье (5,14), активная, деятельная жизнь (4,80), интересная работа (4,75), счастливая семейная жизнь (4,65), уверенность в себе (4,48), материально-обеспеченная жизнь (4,46).

Анализируя данные о ведущих ценностях, можно сказать, что в этой группе верхние строки занимают традиционные, базовые ценности. В нашем исследовании ютуберы – это больше пассивные созерцатели видеоканалов на платформе YouTube. Выбор каналов зависит от их увлечений (кулинария, ремонт, творчество), мотивов (обучение, отдых).

2. *Ведущие ценности в группе «блогеры»:* активная, деятельная жизнь (5,65), материально-обеспеченная жизнь (5,45), интересная работа (5,42), познание, интеллектуальное развитие (4,60), уверенность в себе (4,40).

Ведущая ценность «активная, деятельная жизнь» в данной группе, на наш взгляд, неслучайна. Успешный блогер – это деятельный, активный субъект, без этого не получится продвинуть свой контент, привлечь аудиторию. Такая активность позволит блогеру не только развивать свой проект, но и зарабатывать через свою деятельность. Поэтому и ценность «материально-обеспеченная жизнь» на втором месте, интересная работа на третьем.

3. *Ведущие ценности в группе «байкеры»:* активная, деятельная жизнь (5,50), здоровье (5,28), счастливая семейная жизнь (5,20), интересная работа (4,80), уверенность в себе (4,52), материально-обеспеченная жизнь (4,47), познание, интеллектуальное развитие (4,35).

Если посмотреть на иерархию данных ценностей в группе «байкеры», то они покажутся вполне традиционными. На первом месте ценность «активная, деятельная жизнь», возможно, тоже не случайна. Байкеры – это свободолюбивые приверженцы своей субкультуры. Активность, передвижение, сборы, слеты – часть жизни каждого байкера.

4. *Ведущие ценности в группе «рокеры»:* красота природы и искусства (5,3), свобода поступков и действий (5,0), жизнерадостность (4,7), счастье других (4,6), смелость в отстаивании своего мнения (4,6), счастливая семейная жизнь (4,5).

В данной группе набор ценностей своеобразный. Как ни в одной другой группе, на первое место выходит ценность «красота природы и искусства». Субкультура рокеров объединяет личностей, склонных к романтизму, красоте, переживаниям. Тексты песен рок-музыкантов, как правило, глубокие, жизненные, чувственные. Высокие ранги набирают ценности «свобода поступков» и «жизнерадостность». Все это рисует рокера как независимого, свободного, вольного «художника», тонкого и умеющего ценить мир вокруг.

Для оценки достоверности различий в 4 выделенных нами группах мы использовали непараметрический *H*-критерий Краскелла–Уоллиса. Нами получены достоверные различия по следующим ценностям:

- ценность «активная деятельная жизнь», достоверность различий на уровне значимости 0,048 (средние значения ранга в группе «ютуберы» = 43,28; средние значения ранга в группе «блогеры» = 49,76; средние значения ранга в группе «байкеры» = 48,78; средние значения ранга в группе «рокеры» = 30,12);

- ценность «жизненная мудрость», достоверность различий на уровне значимости 0,039 (средние значения ранга в группе «ютуберы» = 28,06; средние значения ранга в группе «блогеры» = 40,86; средние значения ранга в группе «байкеры» = 46,12; средние значения ранга в группе «рокеры» = 35,12);

- ценность «продуктивная жизнь», достоверность различий на уровне значимости 0,048 (средние значения ранга в группе «ютуберы» = 29,44; средние значения ранга в группе «блогеры» = 46,88; средние значения ранга в группе «байкеры» = 45,86; средние значения ранга в группе «рокеры» = 46,32);

- ценность «свобода», достоверность различий на уровне значимости 0,046 (средние значения ранга в группе «ютуберы» = 29,74; средние значения ранга в группе «блогеры» = 41,55; средние значения ранга в группе «байкеры» = 45,44; средние значения ранга в группе «рокеры» = 48,12);

Таким образом, можно сказать, что по методике М. Рокича при оценке ценностных ориентаций представителей различных молодежных субкультур были получены достоверные различия по отдельным шкалам.

Далее проанализируем результаты исследования ценностных ориентаций молодежи, принадлежащей к разным субкультурным группам, полученные по методике И.Г. Сенина. Результаты представлены на рис. 1.

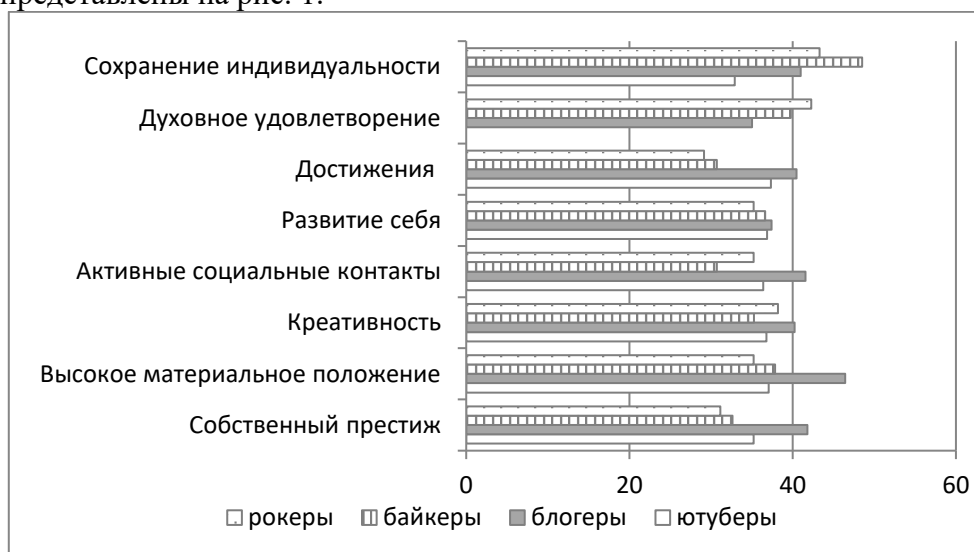


Рис. 1. Среднегрупповые показатели ценностных ориентаций у представителей разных субкультурных групп

На рис. 1 видно, что в группе «ютуберов» наиболее выражены ценности: «высокое материальное положение» (главный смысл – финансовое благополучие), «достижения» (наличие конкретных целей, важных для достижения), «духовное удовлетворение» (преобладание духовных потребностей над материальными), «развитие себя» (тенденция к самообразованию, обогащению личности посредством развития своих способностей и личностных характеристик). Данная группа скорее ориентирована на решение определенных жизненных задач. Некоторые ценности по методике И.Г. Сенина оказались такими же на ведущих позициях, как и по методике М. Рокича (например, финансовое благополучие). Учитывая тот факт, что респонденты, входящие в данную субкультурную группу, больше пассивные созерцатели каналов на платформе YouTube, они больше напоминают по своим ответам среднестатистического современного молодого человека с ценностными установками на качественную жизнь (финансы + достижения + саморазвитие). Наименее ценным для них является собственный престиж в группе (то есть завоевывание своего признания в обществе), сохранение индивидуальности (преобладание собственных мнений, взглядов, убеждений над общественными, защита своей неповторимости). Низкие показатели по данным шкалам, возможно, указывают на недостаточную социальную мобильность у испытуемых. К тому же достаточно пассивная позиция внешней активности не

мотивирует данную подгруппу к объединению и групповой идентификации.

В группе «блогеры» респонденты преимущество отдают таким ценностям, как «высокое материальное положение» (главный смысл – финансовое благополучие), «активные социальные контакты» (выстраивание продуктивных отношений в различных сферах социального взаимодействия, расширение межличностных контактов, реализация своей социальной роли) и «достижения» (наличие конкретных целей, важных для достижения). Некоторые ценности по методике И.Г. Сенина также оказались на ведущих позициях, как и по методике М. Рокича (например, «достижения», «активные социальные контакты»). Занимаемое высокое положение ценности подчеркивают необходимость иметь определённые личностные качества (особенно в сфере коммуникации), для того чтобы реализовываться в качестве блогера. Ну и высокое материальное положение как ценность подтверждает еще раз, как и в методике М. Рокича, желание зарабатывать данной деятельностью, развивать блог как коммерческий проект, достигать определенных целей в подобной форме активности. Менее выраженными в группе блогеров являются ценности «духовное удовлетворение» (преобладание духовных потребностей над материальными) и «развитие себя» (тенденция к самообразованию, обогащению личности посредством развития своих способностей и личностных характеристик). Такая ситуация не может не настораживать, так как низкая моральная ответственность может позволить блогеру создавать некачественный контент, не задумываясь над влиянием информации на аудиторию, стремиться к обогащению любой ценой. Нежелание заниматься саморазвитием, на наш взгляд, является тупиковой ветвью для блогера. В современном мире, чтобы быть на «гребне волны», ориентироваться в актуальных тенденциях и направлениях, необходимо постоянное самосовершенствование.

В группе «байкеры» наибольший ранг у ценностей «сохранение индивидуальности» (среднее значение ранга 48,50), то есть преобладание собственных мнений, взглядов, убеждений над общественными, защита своей неповторимости. Это подтверждает скорее идеологию, философию байкерского движения, где доминирует автономность, культивируется независимость. Далее следует ценность «духовное удовлетворение», то есть преобладание духовных потребностей над материальными (среднее значение ранга 39,78). Действительно, есть что-то в данной субкультуре братское, поддерживающее, не поддающееся финансовому расчету. Хотя с виду много грубости, жесткости, силы, но внутренние мотивы могут быть бескорыстны, человечны, искренни. Ценность «высокое материальное положение» (то есть главный смысл – финансовое благополучие) имеет среднее значение ранга 37,84. Здесь важно

уточнить, что если для блогера само ведение контента является коммерческой целью, то байкер вряд ли зарабатывает своей формой жизни. Высокое материальное положение, на наш взгляд, в данной группе скорее продиктовано более зрелой возрастной характеристикой респондентов, наличием семей у представителей данной субкультурной группы и, следовательно, ответственностью за финансовое положение родных. Более того, понятно, что содержание мотоцикла также требует немалых финансовых растрат. Достаточно высокие ранги у ценности «развитие себя» (среднее значение ранга 36,63), то есть прослеживается тенденция к самообразованию, обогащению личности посредством развития своих способностей и личностных характеристик. Это интересная доминанта в рассматриваемой субкультуре. Скорее она связана со зрелостью респондентов, пониманием необходимости самообогащения. К тому же зачастую, чтобы вступить в какой-либо официальный мотоклуб, необходимо знать его историю, традиции байкерства, особенности развития движения и т.п.

В субкультурной группе «рокеры» на первое место выходят такие ценности, как «сохранение индивидуальности», то есть преобладание собственных мнений, взглядов, убеждений над общественными, защита своей неповторимости (среднее значение ранга 43,28); «духовное удовлетворение», преобладание духовных потребностей над материальными (среднее значение ранга 42,26); «креативность», реализация своих творческих возможностей, стремление изменять окружающую действительность (среднее значение ранга 38,21). Некоторые ценности по методике И.Г. Сенина оказались такими же на ведущих позициях, как и по методике М. Рокича (например, сохранение индивидуальности, творчество). Данная иерархия ценностей создает типаж рокера как тонко душевно организованного субъекта, творческого, наполненного любовью к миру, природе, искусству.

Таким образом, мы видим, что по данной методике доминирующие позиции ценностей в группах, выделенных по субкультурному содержанию, также различные.

Для оценки достоверности различий в 4 выделенных нами группах мы использовали непараметрический *H*-критерий Краскелла–Уоллиса. Нами получены следующие достоверные различия по таким ценностям, как «сохранение индивидуальности», достоверность различий на уровне значимости 0,041 (средние значения ранга в группе «ютуберы» = 32,90; средние значения ранга в группе «блогеры» = 40,96; средние значения ранга в группе «байкеры» = 48,50; средние значения ранга в группе «рокеры» = 43,28).

Третьей методикой в исследовании явилась методика СЖО (смысложизненных ориентаций), автор – Д.А. Леонтьев. Этот тест позволил изучить цели в жизни, процесс (интерес и эмоциональную

насыщенность жизни), результативность (удовлетворенность самореализацией), а также две составляющих локуса контроля: локус контроля «я» (хозяин жизни) и локус контроля «жизнь» (управляемость жизни). Результаты представлены на рис. 2.

Анализ эмпирических данных, полученных с помощью теста Д.А. Леонтьева, свидетельствует о том, что средние показатели в 4 группах находятся в зоне нормативных значений.

Среди представителей разных субкультурных групп наблюдается следующая структура смысложизненных ориентаций (см. рис. 2).



Рис. 2 Среднегрупповые показатели ценностных ориентаций у представителей разных субкультурных групп

По шкале «осмысленность жизни» наиболее выражены показатели в группе «байкеры», и это может быть объяснено тем, что средний возраст участников данной субкультурной группы чуть выше, чем в остальных, что влечет за собой большую социальную зрелость, в большей степени ответственность, осмысленность поступков и действий.

По шкале «локус контроля – жизнь» наиболее выражены показатели в группе «блогеры». Напомним, что при высоких баллах локус контроля-жизнь у личности сформировано убеждение, что он может контролировать свою жизнь, свободно принимать решения и воплощать их в жизнь. В группе «блогеры» данные показатели подчеркивают особенности деятельности блогеров, необходимость быть активным, социально включенным в различные ситуации, контролировать многие общественные движения и потоки.

По шкале «локус контроля – Я» чуть более выражены показатели в группе «блогеры», хотя по всем четырем группам показатели по данной

шкале сравнительно одинаковы. Напомним, что согласно Д.А. Леонтьеву, высокие баллы по шкале «локуса контроля – Я» характеризуют представление личности о себе как о сильной персоне, которая обладает свободой выбора, верой в свои силы, строит жизнь в соответствии со своими целями и представлениями о ее смысле. Для блогеров данная позиция чуть более сильна, по сравнению с другими субкультурными подгруппами.

По шкале «результат жизни» наиболее выражены показатели также в группе «блогеры». Согласно Д.А. Леонтьеву, баллы по этой шкале отражают оценку пройденного отрезка жизни, ощущение того, насколько продуктивна и осмысленна была прожитая ее часть. Группа молодых людей, относящих себя к блогерам, оценивают себя как наиболее современных молодых людей, думают о себе как о более успешных, по сравнению с другими. Более низкие баллы в группе «рокеры» могут говорить о некой неудовлетворенности прожитой частью жизни.

По шкале «процесс жизни» наиболее выражены показатели в группе «блогеры». Этот показатель, согласно Д.А. Леонтьеву, показывает, воспринимает ли респондент сам процесс своей жизни как интересный и эмоционально насыщенный и наполненный смыслом. Блогеры, оказываясь включенными в актуальные темы современности, охватывая животрепещущие информационные потоки, более других проявляют эмоциональную удовлетворенность. Более низкие баллы в нашем исследовании в группе «байкеры», и это признак неудовлетворенности своей жизнью в настоящем.

По шкале «цель жизни» наиболее выражены показатели в группе «байкеры». Это также может быть объяснено тем, что средний возраст участников данной субкультурной группы чуть выше, чем остальных. Это влечет за собой большую социальную зрелость, понимание того, чего я хочу от жизни, адекватную оценку средств достижения целей. Более низкие по сравнению со всеми баллы в группе «рокеры» могут быть присущи людям, живущим сегодняшним или вчерашним днем.

Для оценки достоверности различий в 4 выделенных нами группах мы использовали непараметрический *H*-критерий Краскелла–Уоллиса. Нами получены следующие достоверные различия по таким ценностям, как ценность «осмысленность жизни», достоверность различий на уровне значимости 0,039 (средние значения ранга в группе «ютуберы» = 13,91; средние значения ранга в группе «блогеры» = 16,34; средние значения ранга в группе «байкеры» = 23,25; средние значения ранга в группе «рокеры» = 15,90).

Таким образом, мы видим, что доминирующие позиции ценностей в группах, выделенных по субкультурному содержанию, все же различны. Полученные результаты дают основания делать вывод о

подтверждении гипотезы в том, что существуют различия в структуре ценностей и ценностных ориентаций у молодежных представителей разных субкультурных групп.

Подводя итоги, подчеркнем, что различия в ценностных ориентациях во многом обусловлены дифференциацией молодежи по таким параметрам, как модель и нормы поведения, стиль и образ жизни, формы личностной самопрезентации, присущие той или иной молодежной субкультуре.

Список литературы

1. Воронов В.В. Технология воспитания: пособие для преподавателей вузов, студентов и учителей. М.: Школьная пресса, 2000. 96 с.
2. Колбунов Ф.А. Ценностные ориентации молодежи российского мегаполиса: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. СПб., 2011. 160 с.
3. Мосиенко Л.В. Ценностные ориентации студентов России и Франции: Аксиологические параллели // Электрон. науч. издание «Аксиология и инноватика образования». URL: <http://www.orenport.ru/axiology/docs/9/10.pdf>. (дата обращения 02.02.2020)
4. Подольская Е.А. Ценностные ориентации и проблема активности личности. Харьков: Основа. 1991. 162 с.
5. Скриптунова Е.А., Мороз А.А. О предпочтениях городской молодежи // Социс. 2002. № 1. С. 105–110.

Об авторах:

ПОПКОВА Татьяна Алексеевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры психологических и гуманитарных наук Тверского института (филиала) АНО ВО «Московский гуманитарно-экономический университет» (170006, Тверь, ул. Дм. Донского, 37); e-mail: pettal@yandex.ru.

ТРАВИНА Светлана Анатольевна – кандидат психологических наук, доцент, зав. кафедрой педагогики и психологии начального образования ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет» (170000, Тверь, ул. Желябова, 33); e-mail: travina.SA@tversu.ru

FEATURES OF VALUE ORIENTATIONS OF REPRESENTATIVES OF VARIOUS SUBCULTURAL YOUTH GROUPS

T.A. Popkova¹, S.A. Travina²

¹Moscow University of Humanities and Economics – Tver institute (branch)

²Tver State University, Tver

The article clarifies the concept of subculture as an institution of socialization of personality. Through data of empirical research of representatives of various subcultures of modern youth: "bloggers", "youtubers", "bikers" and "rockers" the specificity of their terminal values and value orientations, and also life orientations is revealed. The author's interpretation of statistically significant relationships of the declared parameters is given.

Keywords: *subcultural youth group, value orientations of youth, meaning-life orientations of youth.*