

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І
ТЕХНОЛОГІЙ

ВІСНИК КУРАТОРА

№ 73

(квітень 2023 р.)

ДНІПРО
2023

УДК 378

Укладач: Лагдан С. П.

Вісник куратора № 73

Рекомендовано до друку Вченою радою університету
(протокол від 03.04.2023 № 6)

ЗМІСТ

1. Види та особливості молодіжних субкультур	3
2. Голос у єдиному екземплярі: американка з українським серцем (до 70-річчя від дня народження Квітослави-Орисі Цісик)	30
3. Творець природного дива України (до 160-річчя від дня народження Фальц-Фейна Фрідріха Едуардовича)	36

Український державний університет науки і технологій
вул. Лазаряна, 2, Дніпро – 49010

ВИДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ МОЛОДІЖНИХ СУБКУЛЬТУР

Кожному з нас доводилося бачити людей, які в чомусь не схожі на інших. Найчастіше це і є представники сучасних субкультур. Вони намагаються показати свою індивідуальність, сказати сірій масі: «Я – особистість», кинути виклик світу з його нескінченними буднями, стереотипами та одноманітністю. Усе більше молоді в різних країнах світу приймають ту чи іншу субкультуру. Тому необхідно знати про це культурне явище, розуміти його та бути готовим зустрітися з представниками в реальному житті.

Субкультура – соціальне угруповання, яке об'єднане тим, що кожен із його представників себе з ним ідентифікує; це система цінностей і норм, установок, способів поведінки і життєвих стилів певної соціальної групи, відмінна від панівної в суспільстві культури, хоча й пов'язана з нею. Члени такого угруповання можуть формувати групи безпосереднього спілкування (компанії, клуби, тусовки), але їхній зв'язок один з одним може відбуватися і віртуально, завдяки захопленню одним героєм. Наприклад, представники субкультури «толкієністів», які грають у рольові ігри за мотивами фентезі-повістей Толкієна, найчастіше мають власні клуби, а «поттеромани» (фанати Гаррі Поттера) як одна з наймолодших субкультур ще тільки формується, тому її прихильники згуртовані тільки віртуально завдяки книжкам Джоан Роулінг.

Кожен представник чи носій субкультури приймає норми, цінності, картину світу, стиль життя та інше – за зразок свого існування. Але паралельно з цим існують і зовнішні атрибути, які свідчать про належність до певного угруповання, як-от: жаргон (сленг), зачіска, одяг, емблеми, символіка, тату та ін. Наприклад, для хіпі характерне довге волосся, для панків – вистрижена голова зі смужкою волосся посередині, яку називають «ірокез», скінхеди своїм взуттям вважають тільки черевики фірми «Dr. Martins», а байкери не визнають черевиків і воліють навіть улітку ходити в шкіряних чоботах, і бажано з кованою підошвою.

Найчастіше субкультури виникають довкола певного центра чи ініціатора, який проповідує певні новації у сфері музичних стилів, способу життя, ставлення до якихось соціальних явищ. Ідейний центр формує цілісну картину світу, ставлення до нього, напрацьовує спеціальні тексти, які набувають статусу культових, або у когось запозичує ці тексти і проголошує їх своїм ученням.

Учасниками молодіжних субкультур є в основному молодь, підлітків у субкультурах приваблює в основному можливість спілкуватися з подібними до себе, а також зовнішня атрибутика, яка дає можливість демонструвати свою позицію в соціумі.

Загалом можна виділити такі головні характеристики молодіжних субкультур:

- 1) специфічний стиль життя і поведінки;

- 2) наявність власних норм, цінностей, картини світу, які відповідають вимогам певних соціальних категорій молоді;
- 3) протиставлення себе решті суспільства;
- 4) зовнішня атрибутика, яка має символічне значення;
- 5) ініціативний центр, який генерує тексти.

Таким чином, молодіжна субкультура – будь-яке об'єднання молоді, що має власні елементи культури, а саме: мову (сленг), символіку (зовнішня атрибутика), традиції, тексти, норми й цінності.

Виокремлюють також термін «молодіжна контркультура».

Молодіжна контркультура – об'єднання молоді, що має всі ті елементи культури, що й субкультура, але чії норми та цінності перебувають в активній чи пасивній опозиції до наявних у суспільстві норм і цінностей.

Безперечно, що деякі субкультури є контркультурними, але це зовсім не означає, що ці два терміни можна протиставляти. Ще одна поширена помилка – це підміна поняття молодіжної субкультури поняттям «неформальний молодіжний рух». Річ у тому, що вони не цілком тотожні. Неформальним молодіжним рухом можна назвати систему молодіжних субкультур і широкої неорганізованої молодіжної діяльності у взаємозв'язку між собою і з суспільством загалом. У свою чергу, молодіжний неформальний рух є частиною ширшого середовища – «андеграунду».

Сучасна наука виводить навіть певну класифікацію молодіжних субкультур:

- романтико-ескапітські субкультури (хіпі, толкієністи, байкери);
- гедоністично-розважальні (мажори, рейвери, репери);
- кримінальні (гопники, скінхеди);
- анархо-нігілістичні (панки та інші).

Варто звернути увагу на парадокс молодіжних субкультур: з одного боку, вони культивують протест проти суспільства дорослих, його цінностей і авторитетів, а з іншого – покликані сприяти адаптації молоді до цього дорослого суспільства.

Охарактеризуємо молодіжні субкультури.

Хіпі. Термін виник у другій половині 60-х років 20-го століття (англ. *hippie, hippy* від розм. *hip* – знаючий), ним позначали міжнародний молодіжний рух, що виник у 1965 році у Сан-Франциско в контексті лібералізації й демократизації традиційного суспільства. Це один із найяскравіших проявів контркультури, мав пацифістське забарвлення і великий вплив на мистецтво, особливо рок-музику, із ним пов'язані такі поняття, як сексуальна революція, психоделічна революція. Рух хіпі занепав на початку 1970-их, перетворившись на одну із субкультур.

Для виникнення цього руху існував ряд соціальних та культурних причин, які зокрема були викликані і Другою світовою війною. Після перемоги на Гітлером західний світ опинився перед необхідністю якось перебудуватися й підлаштовуватися під нові реалії геополітики. Із

середини 50-х почали міцнішати консервативні умонастрої, що у філософії вилилося в течію «структуралістів», які наполягали, що все життя – це певна структура. І кожна людина повинна виконувати відведену їй роль.

До того ж мали місце революційні настрої, що вибухнули студентськими виступами 68-го року. І тут хіпі проявили себе цілком життєздатною силою у боротьбі з консерваторами й ретроградами. Основна частина цієї субкультури складалася з дітей цілком забезпечених батьків. Під впливом східних містиків, які проповідували пошуки гармонії і щастя за межами матеріального світу, тисячі хлопців і дівчат тікали з дому, поселялися комунами й жили ні від кого не залежним життям, відрощуючи якомога довше волосся.

Волосся хіпі надавали неабиякого значення. В одному з найвідоміших маніфестів хіпі («Маніфест Сталкера») написано: «Недаремно споконвіку бунтарі, які протестували проти надмірної раціоналізації суспільного життя, люди мистецтва – художники, музиканти, поети – не дуже поважали перукарів. Волосся – це наче антени, які дозволяють вловлювати найтонші коливання фізичних і біологічних полів».

Окрім довгого волосся, хіпі мали й інші форми відзнак, найвідомішою з яких є «фенічка», або «фенька». Саме слово походить від вільної інтерпретації англ. *thing*, тобто «річ». Найчастіше феньки – це сплетені з бісеру браслети, які крім функції декору несуть і інше смислове навантаження. Для того, щоб зрозуміти приховане послання, треба звернути увагу на кольори, розміри, стиль виробу. Крім того, у більшості феньок існує своє ім'я, яке придумує сам автор. Звісно, що існують і легендарні феньки, які переходять із рук в руки.

Окрім зовнішніх прикрас і яскравого одягу, дуже часто хіпі асоціюються у людей із вживанням наркотиків. Починаючи з 60-х років, коли різні психотропні речовини почала активно використовувати молодь для «пробудження своєї духовної і творчої потенції», хіпі не стояли осторонь цього процесу. В історію вони потрапили з двома наркотиками – коноплею та LSD. Хіпі вживали наркотики, як вони це називали, для розширення власної свідомості та виштовхування за звичні межі тогочасного світу.

Потрібно визнати, що частково це їм вдалося: музика 60-х, театр 60-х, живопис 60-х – це саме хіпі, які на кожному кроці пропагували ідею свободи. І весь цей вибух відбувався під гаслом, узятим із пісні Beatles: *All You Need Is Love* – все, що тобі потрібно – це любов. Тема любові до всіх і до всього є наскрізною для хіпі.

Але все має своє закінчення. Із середини 70-х рух хіпі занепадає. Більшість його активних учасників стрижуть волосся, знімають феньки і повертаються до своїх батьків перебирати досвід сімейного бізнесу. Але рух цей у своїй класичній формі повністю не зник, хоча сьогоднішнє покоління хіпі далеке від духовних засад своїх попередників. Тепер це просто

своєрідний клуб за інтересами, де переважає потяг до класичної рок-музики і плетіння з бісеру.

Сьогодні чітко виділяються два прошарки цього руху: так звана «стара система» («олдові хіпі» – від англ. *old*, тобто старий, «справжні хіпі», «мамонти») та «нова система». «Стара система» складається з людей старшого віку (навіть до 50-ти років), для яких хіпізм – це все їхнє життя. Найчастіше ці люди не мають ані постійної роботи, ані постійної сім'ї. Більшість із них деградували і стали наркоманами, бомжами чи психічно хворими особами. «Нова система» об'єднує молодь віком від 14 до 20 років, які поєднують свій хіпізм із навчанням у престижних закладах і не завжди дотримуються найважливішої заповіді, яку визначили ідеологи руху, – незалежність від соціуму. Натомість молодь робить основний акцент на атрибутиці, перебираючи на себе сленг, манеру одягатися, прикраси та ін. Через це існує непорозуміння між двома цими поколіннями, яке, щоправда, не заважає існувати жодній зі сторін. І обидва ці табори вірять, що саме вони є справжніми «хіпанами».

Teddy boys – молодіжна субкультура, що існувала в 1954–1958 роках у Великій Британії й кілька разів переживала відродження в 70-ті й 90-ті. Термін «тедібой» з'явився в 1953 році для позначення молодих людей із робітничого класу, які прагнули наслідувати спосіб життя «золотої молоді» й одягатися за модою епохи Едуарда VII.

Впізнати тедібоя було неважко: вкорочені брюки-дудочки із завищеною талією, з-під них неодмінно виднілися шкарпетки контрастного кольору. Обов'язково – сорочка білого кольору або в світлу клітинку. Поверх сорочки тедібої носили приталені жилетки. Неодмінний атрибут – вузька довга краватка або краватка-метелик, а також піджак із товстої тканини. У холодну пору року – приталені пальта. Кожен елемент одягу був покликаний підкреслити прагнення тедібоя виглядати як представник «золотої молоді», тому хлопці уникали покупних речей, а замовляли у кравця. Взуття також повинно було привернути увагу, тому тедібої взували штиблети («oxford shoes») або черевики на невисоких підборах. Крім того, доглядали за своїм волоссям, зачісуючи довге волосся наверх, причому потилицю і скроні вистригали досить коротко.

Слухали джаз, скіфл (модна тоді суміш попмузики, джазу, кантрі) і рок-н-рол, який тільки почав підкорювати планету. Незабаром тедібої стали невіддільні від рок-н-ролу. Вони слухали рок-н-рол, танцювали рок-н-рол, купували платівки й одягалися, як зірки рок-н-ролу.

Тоді, у 1950-х, їх особлива манера одягатися була не просто бажанням добре виглядати. Вони були одними з перших, хто звернув увагу суспільства на те, що молодь – це особливий прошарок у суспільстві, зі своїми інтересами й потребами.

Панки – молодіжна субкультура, що виникла в середині 70-х років ХХ сторіччя у Великобританії. Вирішальну роль у консолідації панків відіграв

панк-рок, а тексти культової групи «Sex Pistols» стали своєрідним маніфестом цієї субкультури.

Термін походить з англ. *punk*, що означає «гниле дерево», «гниль», «непотріб», «покидьок», «негідник», «неповнолітній сексуальний партнер» і т. ін. в цьому ж дусі. Журналісти так назвали молодь, яка стояла біля витоків руху. Вони вважали, що таким принизливим словом відіб'ють його популярність. Але такий хід себе не виправдав, і слово прижилося в лексиконі.

Серед самих представників цього руху існує красива легенда про те, що панками стали хіпі, які розчарувалися в ідеї загальної любові. Можливо, це так і є, тим паче, що ідеологія панку полягає в невизнанні будь-якого насильства, повазі до батьків, анархії, прагненні до особистої свободи, неприйнятті панівних моральних норм і звичаїв суспільства та абсолютному пофігізмові, змішаному на доброму гуморі. Принцип DIY (скорочення від англ. «Do It Yourself» – «Зроби сам») – максимально незалежне існування від державних і комерційних структур. Емблемою панків є «А в колі» («Анархія – мати порядку») – символ, запозичений у попередніх анархістських рухів.

Стиль життя – виклик, епатаж, провокація, об'єднання в групи з внутрішньою ієрархією, заснованою на традиційних чоловічих стереотипах, агресивному самоствердженні.

В одязі панків переважає поєднання несумісного й агресивна сексуальність: чорна шкіра і камуфляж, сітка і вініл, вузькі штани, важке армійське взуття або кеди, провокаційні написи на футболках, спеціально розірваний одяг. Атрибути іміджу – татуювання, пірсинг у всіх можливих і неможливих місцях. Нарочитий, майже театральний макіяж. Зачіски – незвичайних кольорів і форм, найвідоміша – гребінь-«ірокез». «Ірокез» був запозичений у північноамериканських індіанців, а в Європу його вперше занесли музиканти панк-груп. Зараз для влаштування ірокезу користуються лаком для волосся, і для однієї такої зачіски йде майже повна банка лаку. Доки косметична індустрія його не придумала, панки користувалися підручними засобами, найпопулярнішими з яких було пиво.

Аксесуари – численні ланцюги і шпильки замість прикрас, напульсники і ошийники з шипами, шкіряні рукавички з обрізаними пальцями, значки і нашивки з різними приколами або назвами груп.

Провідне місце в цій субкультурі посідає панк-рок, у якому поєднується соціальний протест, навмисно примітивна гра й агресивність. Перші групи такого напрямку зародилися ще в 1964 році у Сполучених Штатах. Тоді вони мислили себе як альтернатива рок-н-ролові. Вимоги до музики були простими: вона повинна була бути доволі жорсткою, швидкою, голосною, а тексти серйозними та такими, що порушували б проблеми, які хвилювали більшість молоді. Із панк-року вирости сучасні музичні напрями – готик-рок, гранж, інді, нова хвиля, хардкор, емокор, скакор та ін.

Є два типи панків:

- 1) ті, хто належать до цього руху тому, що слухають їх музику (панк-рок);
- 2) ті, які окрім того, що слухають цю музику, ще і в житті сповідують панківські принципи.

«**Шлях навпростець**». Походить з англ. *Straight edge*, скорочено sXe. Це більш філософське відгалуження панк-культури, рух, характерними рисами якого є повна відмова від наркотиків (включаючи узаконені алкоголь і тютюн), розбірливість у статевих зв'язках, здоровий спосіб життя, а також політичні погляди. Спочатку аполітичний панківський рух тепер політизувався і служить цілям дуже різних політичних сил – від антифашистів до нацистів. Straight edge – субкультура, що не припускає самореклами або нав'язування свого способу життя оточенню, тому в прихильників руху немає яких-небудь переваг в одязі, зачісці й тому подібне. Єдиний засіб самоідентифікації – використання хреста («X») або аббревіатури «sXe».

Скінхеди – молодіжна субкультура, яка виникла наприкінці 60-х років ХХ ст. в Англії. Виразала агресивний соціальний протест проти офіційної культури і субкультури хіпі, сповідувала аполітичність і антирасизм.

Звичайні британські хлопці з небагатих сімей після трудового дня сиділи собі в пересічному пабі й пили пиво в очікуванні чергового конфлікту з матросами з торгових суден. Довго чекати не доводилося, приходили матроси й давали хлопцям доброго прочухана. Одного разу після бійки хлопці поголилися налісо, що дуже зручно у вуличних бійках, бо нема за що вчепитися (звідси й походить назва «скінхед», адже англ. *skin head* – гола (лиса) голова, тобто бритоголовий, голомозий), відірвали від своїх курток коміри, підкотили штани і взули свої робочі черевики Dr. Martens. Вигляд у них був якщо і не страшний, то принаймні агресивний. Щоправда, матросів це все одно не лякало, і вони переважно перемагали хлопців у бійці, але сам імідж мешканці робітничих районів почали наслідувати й швидко поширили цю моду по країні.

Так сформувався одяг скінхедів: стиль «мілітарі» (камуфляжні штани та куртки); військові й стилізовані під військові високі шнуровані черевики на грубій подошві, іноді зі сталевими носачами (популярні фірми – «Доктор Мартінс» і «Гріндерс»); короткі спортивні куртки «бомбер» чорного, захисного, рідше синього кольору; джинси з високо підкоченими холошами. Атрибути іміджу – поголена або коротко, «під нуль», пострижена голова; татування зі специфічно скінівською або виразно нацистською символікою.

Скінхеди називали себе «working class kids» і дотримувались принципів: пам'ятати про своє коріння, бути патріотом своєї країни, працювати, вчитись, не бути расистом. Їм була притаманна класова гордість, гордість за те, що вони нікого не обкрадають, не обманюють та чесно займаються своєю працею.

Ця субкультура не була повністю невинною. Серед скінхедів був досить поширений чоловічий шовінізм, а в 70-х роках до нього домішався ще й

побутовий расизм, хоча здебільшого політичні погляди рух формував у душі інтернаціонального пролетаризму. Але політикою рядові скінхеди не цікавилися. Вони проводили час у бійках, пили пиво, слухали музику ска. А билися вони з будь-ким – із чорними, з білими, з жовтими, з багатими, з фанатами, які вболівали за інший футбольний клуб, з іншими скінхедами, а особливо з хіпі. Хіпі найбільше діставалося від бритоголових, бо в уяві останніх хіпі були представниками середнього класу й завжди могли відійти від своїх захоплень і зайнятися нормальним життям. Хіпі носили довгі коси, а скіни голили голови.

Еволюція призвела до політизації і розділення скінхедів на «червоних» і «коричневих». Найвідоміші сьогодні течії – SHARP, RASH, HC-скінхеди (бонхеди) – нацисти і расисти, які вкрай агресивно захищають ідею вищості білої раси. Течія RASH (Red & Anarchist Skinheads – червоні та анархо-скінхеди) була створена у 1993 році в Нью-Йорку для чіткого відділення від нацистів. Із назви видно, що учасники цього руху стоять на комуністично-анархістських позиціях. Вони виступають проти расизму і є прихильниками фемінізму. Інша організована група міжнародного рівня – SHARP (Skinhead Against Racial Prejudices – скінхеди проти расових упереджень). Це скінхеди, які борються проти расистів і ультраправих. Вони регулярно проводять концерти, мітинги і значно радикальніші акції – організовані побиття «boneheads» (тупоголових), як вони називають неонацистів.

Але основну частину скінів і далі складають прості хлопці з робітничих кварталів, які особливо не переймаються своєю політичною орієнтацією, а просто збираються вечорами разом, п'ють пиво, влаштовують бійки і коротко стрижуться.

У різні часи скінхеди слухали ска і соул, рокстеді і регі, панк-77. Найпопулярніші сучасні стилі – Oi!, скакор та white power rock.

Хіпхоп. Ця молодіжна «вулична» субкультура виникла наприкінці 70-х років у Сполучених Штатах у середовищі афроамериканців.

Основні елементи:

– реп (ритмічне читання тексту під музику або без неї, важливе значення мають рими та інтонація);

– брейк (танцювальний стиль, що поєднує елементи акробатики, пантоміми, хореографії і потребує гарної фізичної підготовки, артистизму, почуття ритму, вміння імпровізувати);

– діджеїнг (створення музичної композиції шляхом «зведення» уривків із різних музичних творів, маніпулювання з вініловими платівками, комп'ютерної музики, техніки скретчингу (шкрябання голки програвача по платівці), бітбоксингу (вокальна імітація ритму драммадини) тощо);

– графіті (символічний живопис з елементами тексту, який виконують аерозольними фарбами на стінах будинків, бетонних огорожах, транспортних засобах);

– музика (танцювальна, виникла на основі стилю фанк, який утворився поєднання ритм-енд-блюзу (англ. *rhythm and blues*, скорочено – R&B), соулу, елементів джазу та відзначається виразною і складною ритмічністю; найпопулярніші стилі хіпхопу – гангстареп (G-фанк), хардкор-реп, поп-реп; нова хвиля R&B сформувалася під сильним впливом хіпхопу);

– стиль поведінки (надмірна жестикуляція);

– мода (просторий одяг спортивного стилю: широкі занижені штани з великою кількістю кишень; «безрозмірні» футболки та майки, одягнені одна на одну; кофти і куртки з капюшоном; повернуті назад козирком кепки-бейсболки або в'язані круглі шапки; кросівки або кеди; одяг і взуття – переважно дорогий, відомих фірм);

– атрибути іміджу (масивні золоті прикраси – ланцюжки, кулони, брелки; великі темні окуляри в широкій оправі).

Ідеологія хіпхопу пережила значну трансформацію від негроцентризму, протесту проти офіційної культури та агресії проти білого населення до боротьби із соціальною нерівністю і расизмом.

Хіпхоп пропагує позитивний, спортивний стиль життя, спрямовує енергію молоді великих міст на змагання в танцях, музиці, відволікає від криміналу і бійок. Хіпхоп як субкультура набула масового та інтернаціонального характеру, вплинула на моду, музику, танець, рекламу, спорт, дизайн.

Історія хіпхопу – це приклад того, як буквально за одне покоління босяцький фольклор американського негритянського гето перетворився на світовий мейнстрім, а дворові хулігани – на світових суперзірок.

Почалося все приблизно у 1969-му році у «чорних» кварталах Нью-Йорка, Південному Бронксі. Легенда свідчить, що започаткував цей рух DJ Кул Херк, який приїхав з Ямайки, звідки і привіз традицію організовувати вуличні танці під музику з платівок, на яку поети наживо начитують речитативом свої вірші. Суть таких акцій була в тому, що вони виникали спонтанно і на вулиці.

Після нетривалих вуличних боїв і мирних переговорів між різними групами було встановлено типовий одяг хіпхопера – як правило, тоді це були спортивні костюми, дуті болонієві безрукавки, несиметрично натягнуті на голову бейсболки і обов'язковий елемент – величезні кросівки (бажано білі) зі ще більшими «язиками». Аксесуарами до цього всього слугували золоті ланцюги на шиї зі знаком \$ та вузькі затемнені окуляри. Масивні золоті прикраси у поєднанні зі спортивними костюмами були подібні на медалі олімпійських чемпіонів, що дуже подобалося хіпхоперам.

У 1975-му хіпхоп здійснив прорив, який був пов'язаний із виникненням музичного стилю реп. За найпопулярнішою версією, слово «реп» розшифровується як «ритмічна американська поезія».

У 80-х відома реп-команда «Run DMC» записала хіт «My Adidas». Під час одного з його виконань музиканти скинули свої кросівки і кинули в натовп,

який шаленів від цього. Підприємливі репери записали все це на відео й відіслали в офіс «Adidas», щоб виробники потішилися. Виробники запустили у виробництво ще кілька нових моделей своїх кросівок. І матері по всьому світу намагалися зрозуміти, чим ці кросівки кращі за всі інші і чому їхні діти хочуть тільки «Adidas». Репери швидко вловили головну комерційну тему своєї творчості і почали перетворювати до того тиху вуличну культуру на величезне комерційне підприємство.

Може скластися враження, що хіпхопер – це людина, яка володіє хоча б одним умінням, переліченим вище. Насправді це не так, і більшість реперів тільки те й роблять, що слухають музику і ходять «тусуватися» у свої компанії, а в найкращому випадку мають тільки якісь незначні з цих умінь. Найчастіше вони переймають атрибутику руху і не переймаються ніякою філософією. Хоча все-таки варто визнати, що хіпхоп – субкультура, яка сформувалася і перебуває зараз у стадії свого найбільшого впливу на молодь у всьому світі.

Гопники – молодіжна субкультура, що виникла у післявоєнні 20-ті роки ХХ ст. в СРСР, орієнтована на систему цінностей дорослого злочинного світу та культ сили. Останній підйом пережила у 90-ті роки ХХ ст. – період соціальних потрясінь та глибокої економічної кризи.

Найбільш поширені версії походження слова «гопник»: 1) від російської аббревіатури ГОП – «городское общество призрения» чи «городское общежитие пролетариата» (ГОПи існували на початку ХХ століття у Петербурзі); 2) від слова «гоп-стоп» (на злочинському жаргоні – пограбування, напад, збройний грабіж).

Характерні особливості гопників (гопів, гопоти):

- ідеологія – неприязнь і недовіра до органів влади і правопорядку, ідеалізація кримінальної етики, зневажливе і хамське ставлення до звичайних людей, агресія проти представників інших національностей та деяких молодіжних субкультур;

- походження – зазвичай із малозабезпечених сімей. Це підлітки і молодь робітничих окраїн і «спальних» мікрорайонів великих міст, невеликих містечок, які вирізняються низьким інтелектуальним і культурним рівнем, відсутністю почуття гумору;

- стиль життя – стадність (ходять зграйками по декілька осіб), існування згідно з «поняттями» – своєрідним кодексом честі і правилами поведінки, вуличні грабежі і бійки, схильність до паління, вживання алкоголю і наркотиків, цинічне ставлення до дівчат;

- стиль одягу середньостатистичного гопа – спортивні штани (костюм) з лампасами – дешева підробка відомої фірми, кросівки чи гостроносі туфлі, шкіряна або спортивна куртка, «кепка»-восьмиклинка з коротким козирком (гордість кожного гопа) чи класична чорна «шапка-воровка»;

- атрибути іміджу – дуже коротка зачіска, татуювання із «бандитською» символікою, чотки (бажано зроблені на зоні), барсетка, товстий золотий або срібний ланцюжок на шії;

- манера поведінки – розхитана хода, сидіння навпочіпки, лузання насіння, чіпляння до перехожих, пуста балаканина;

- мова – перевантажена словами-паразитами, матюками, злодійським жаргоном («феня»), усі один одного називають «васями»;

- музика – російський шансон, попса – постійний супутник; магнітофони на батарейках замінили мобільні телефони.

Субкультура гопників стала каналом поширення наркотиків, правового нігілізму.

Гопи виникли в післявоєнному СРСР як наслідок вкрай низького рівня життя, загибелі на війні мільйонів чоловіків, дітей яких виховувала вулиця та тотальна зубожілість. В умовах такої «боротьби за шматок хліба» з хлопців-підлітків виростили справжні злодії. Сталінське керівництво боролось з ними за допомогою табірних ув'язнень, рідше – розстрілів, але гопівський рух не зникав. Річ у тім, що «великій вождь» не здогадувався про «ефект мультиплікатора», що спричинив широку масовість «огопіння» молодого населення. Доклала зусиль до цього мультиплікатора ще й післявоєнна ностальгія підлітків, які ніби й бачили, що воно – війна, але зброї в руках так і не тримали (замалі ще були, а як підросли – війна закінчилась), а повоювати-то так хочеться!

Готика – субкультура, що виникла наприкінці 70-х років ХХ ст. із постпанку під впливом «готичної» музики груп «The Sisters of Mercy», «London After Midnight», «Bauchau». Назва походить від англ. слова *gothic*, одне зі значень якого – грубий, жорстокий, лякаючий.

Для готів характерні похмурий неоромантизм, який проявляється у зацікавленні магією, фольклором, екзотикою, захопленні смутком, болем, стражданням, пошуку краси в смерті, та відсутність єдиної релігії – вони сповідають віротерпимість, толерантність, не визнають насильство, вірять у справжню любов і дружбу.

Їх стиль життя відрізняє індивідуалізм, депресивність, прагнення до особистісного зростання в житті і в праці, «клубні» тусовки з однодумцями для спілкування і дозвілля. Найвідоміші готичні фестивалі, на яких збираються тисячі людей – Wave Gotik Treffen у Німеччині, Whitby Gothic Weekend в Англії, Convergence у США.

Залежно від естетичних і музичних уподобань вирізняються такі течії готів: панк-готи, антикварні, кіберготи, вампіри, андрогіни, фетиш-готи, вестерн-готи тощо.

Символіка готів поєднує єгипетські, християнські і кельтські елементи: анк – єгипетський символ вічного життя, християнські розп'яття, кельтські хрести. Досить широко представлена окультна символіка – пентаграми (як звичайні, так і перевернуті), перевернуті хрести, восьмипроменеві зірки

(символи хаосу), свастика, сонце. Також використовується безліч різних символів смерті – прикраси з могилами, кістяками, черепами тощо. До чисто готичних символів можна віднести різні зображення кажанів, які зустрічаються на тисячах готичних сторінок в інтернеті і на багатьох прикрасах.

Для готів символічним є і чорний колір, що означає жалобу по цьому світу, похмурість і скорботу, а також соціальний протест проти строкатої безтурботності суспільства. «Класична» зовнішність – довге волосся, чорний макіяж і манікюр у дівчат і хлопців, чорний (темний) одяг – корсети, спідниці-максі, камзоли, плащі, бриджі, білі сорочки з розширеними рукавами, високі шнуровані черевики-мілітарі, рукавички. Атрибутами іміджу є шипований ошийник, що символізує залежність і неволю людини від багатьох умовностей суспільства, срібні прикраси, пірсинг, тату.

У музиці – широкий спектр жанрів і стилів від готик-року (gothic rock) до камерної та оркестрової готики, від динамічної готик-електроніки (gothic wave, ebm, dark electro) до готик-фолку (gothic folk) і готик-металу (gothic metal).

Загалом готична субкультура – це стиль життя і філософія, музика і література, мода й імідж, архітектура й мистецтво, якими живуть мільйони людей у всьому світі, можливо, у чомусь похмурі й сумні, але водночас творчі і життєствердні.

Рейв. Рейв (англ. *rave*) – масова нічна дискотека з виступом диск-жокеїв; також загальна назва електронної танцювальної музики, яку грають на таких дискотеках. Рейвери згуртувалися навколо музики рейву. Початок був покладений у Чикаго в середині 80-х і в Лондоні наприкінці 80-х, коли поширилася музика «ейсид-хаус» – радикальний варіант диско.

Ідеологія рейверів – культ екстазі, пацифізм та унісекс. Активна асоціальність, а саме бажання змінити незадовільну реальність.

Для зовнішнього вигляду рейверів характерні яскраві кольори в одязі, пластикові сонцезахисні окуляри, коротке фарбоване волосся у юнаків, кольорові пасма довгого волосся у дівчат. Одяг із синтетичних матеріалів, отруйних забарвлень і розписаний люмінесцентними фарбами. Такий одяг виблискує і переливається в темряві. Досить популярний пірсинг, а в дизайні використовується символ «смайлик».

Початково рейви були величезними нічними дискотеками, які проводили в складських приміщеннях або на полях під відкритим небом, куди з'їжджалися тисячі людей. Ці ніким не контрольовані масові збори викликали в суспільстві негативну реакцію, зокрема через широке вживання екстазі та більш важких наркотиків на таких вечірках. Незабаром багато британських клубів стали проводити рейви у своїх стінах, використовуючи багатоярусні танцмайданчики, для кожного з яких грав свій діджей.

Основна музика на рейвах була ейсид-хауз і техно та їхні подальші різновиди – транс, хардкор, драм-енд-бейс та ін. Основна концепція рейвів

побудована на звуковій імпрровізації і візуальних ефектах. Музика – ключ до потрапляння в унікальний емоційний і психологічний стан, у якому людина купається у фантазіях, емоціях. Вплив гіпнотичної техно-музики, ночі й непомітних діджейських переходів від однієї композиції до іншої може запросто сп'янити і без спиртного.

Культуру рейвів увібрали в себе запроваджені в 90-і роки в Берліні, а потім інших містах світу «паради любові».

Райтери, або графітчики – молодіжна субкультура, що з'явилася в Америці наприкінці 60-х років. Чому райтери, а не художники? Тому що графіті не малюють, а пишуть. На самому початку існування графіті їхня суть полягала в написанні слів на різноманітних поверхнях. Першими проявами графіті вважаються малюнки й написи, які залишали на стінах будівель і товарних вагонах поїздів члени нью-йоркських вуличних банд у 1920–1930 роках. Так учасники угруповань «мітили територію» і спілкувалися між собою.

Райтери здебільшого аполітичні. Політичні гасла й заклики на стінах – лише окремі випадки, їх поява на тій чи іншій стіні залежить від світогляду конкретно взятого райтера або райтерської команди. Графіті ні до чого не закликає, ні за що не агітує, а тільки робить сірий міський пейзаж яскравішим і веселішим, перетворює непримітну бетонну площину на артоб'єкт.

У моді райтери надають перевагу вуличному стилю (*urban-style*) – кросівки або кеди, широкі штани, футболки, толстовки з капюшоном. Коли райтер працює, то використовує одяг, який не шкода забруднити.

Серед аксесуарів – рюкзак із речами для малювання, напульсники, кепка або бандана (як варіант – кепка поверх бандани). Обов'язкова деталь – респіратор або просто хустка, що закриває рот і ніс, щоб уникнути попадання фарби в дихальні шляхи. Не зайвими при цьому є захисні окуляри.

Окрім репу й хіпхопу, райтери часто слухають альтернативний рок, *new-wave* та електронну музику. Відомі рок-групи використовували стиль графіті для оформлення обкладинки своїх альбомів.

Емо – підліткова субкультура, що виникла наприкінці 1980-х рр. ХХ ст. у США як спроба бунту підлітків проти беземоційності суспільства та заборони на прояв негативних емоцій. Сформувалась під впливом музичного стилю емо, який виріс із хардкор-панку.

Назва походить від англ. *emo* ← *emotional* – емоційний. Її представників називають емо-кіди (англ. *kid* – молода людина; дитина) або, залежно від статі, емо-бой (англ. *boy* – хлопець), емо-гьорл (англ. *girl* – дівчина)

Ідеологія – бути собою і не заганяти себе в якісь певні рамки, відверто й безперешкодно виражати своїх почуття та емоції. Більшість емо-кідів дотримуються принципів *straight-edge*, тобто вони проти наркоманії, алкоголізму, безладних статевих зв'язків і взагалі за здоровий спосіб життя.

Моральні цінності – правдивість, чесність, вірність, щирість, ідеал – знайти справжню й чисту любов.

Стиль життя – депресивність, заглибленість у власні переживання, спілкування в компанії однодумців, миролюбність. Емо-кідви вирізняють у своєму середовищі труємо (справжніх) та позерів, показушників, для яких важлива зовнішня атрибутика і які люблять «працювати на публіку».

Стиль поведінки – різкі перепади настрою від радості до суму, схильність до істерики й самогубства. Емо-кідви відкриті, емоційні, дуже чутливі й страшенно страждають від жорстокості та нерозуміння з боку світу.

Символіку емо-кідви складають: чорний колір – несправедливість, жорстокість світу; яскраві кольори (особливо рожевий і пурпуровий) – щасливі емоції, кохання, приємне переживання; рожеве серце з тріщиною або розірване на клоччя; череп із кістками; пістолети; чорна п'ятикутна зірка на рожевому тлі; рожево-чорна шахівниця.

Мода – чорний одяг із яскраво-рожевими деталями, вузькі занижені джинси, паски з бляхами і ланцюжками, вузькі футболки з героями мультиків, кеди з кольоровими шнурками, рукавички без пальців, у дівчат – колготки в рожево-чорну клітинку, чорні сукні або спідниці з рожевими кантами, смугасті гетри на руках.

Імідж найчастіше однаковий для хлопців і дівчат: бліде обличчя й губи, підведені чорним очі, чорне (темне) пряме волосся, скошений чубчик закриває пів обличчя, чорний лак на нігтях, пірсинг на обличчі, «тунелі» у вухах.

Атрибути – «поштарська» сумка через плече, значки, силіконові браслети або напульсники на руках, намисто, окуляри в широкій яскравій або чорній оправі, м'які іграшки-ведмежата.

Музика (стилі емо, емокор, сан-дієго хардкор, емо-вайоленс, скрімо, френч-скрімо) – надривний вокал від плачу до криків і стогону. Тексти пісень – про нещасне кохання, несправедливість і жорстокість світу.

Загалом доброзичлива та інфантильна субкультура емо може негативно впливати на підлітків: формує психологічний тип жертви, підштовхує до депресії, нервових зривів, самогубства, завдання собі фізичного болю. Емо-кідви часто стають об'єктами агресії з боку скінхедів, гопників та осуду з боку сім'ї і суспільства.

Фанати – це субкультура шанувальників музичних виконавців, книг, кінофільмів, відеоігор, футбольних команд тощо. Люди збираються у спільноти за інтересами та діляться враженнями, обговорюють подробиці про об'єкти їхнього захоплення.

Із розвитком телебачення й популярної музики почали з'являтися фанати фільмів, серіалів, виконавців і груп. Яскраві приклади – «Зоряний шлях», «Зоряні війни», «Бітломанія». З появою інтернету шанувальники отримали можливість встановлювати міцніші стосунки між собою, організувати

спільноти у соцмережах, спілкуватися з авторами та виконавцями, а також впливати на розвиток улюблених телешоу та видання книг.

Субкультура футбольних фанатів поділяється на дві течії – ультрас і хулігани (хулс), які дуже відрізняються.

Ультрас – організована група чисельністю від десяти до декількох тисяч найбільш активних фанатів, які займаються всім, що пов'язане з підтримкою своєї команди – атрибутика, квитки, організація шоу на трибунах, виїзду. Перші ультрас з'явилися в Італії на початку 60-х років у команди «Мілан».

Стиль поведінки – не переставати співати, незважаючи на хід матчу і його результат; не сидати під час матчу; відвідувати всі можливі ігри свого клубу, незважаючи на можливі ціни і відстань подорожі; вірність трибуни (тобто постійному місцю на трибунах, де перебуває група).

Мода – стиль casual, який забезпечує максимальний комфорт, – бейсболка, куртка-пальто довжиною до колін із хутряним капюшоном, короткий пуховик або дизайнерське пальто в холодну пору, кофта-кенгуру або светр із ромбами, теніска «поло», стильні прямі джинси, кросівки на липучках. Весь одяг і взуття повинні бути від дорогих та елітних брендів, переважно британських. Стильний одяг став справжньою ознакою належності до футбольної субкультури, способом відмежуватися від звичайних уболівальників.

Атрибути – одяг із клубною символікою, шарфи (рози), прапори, розтяжки (транспаранти), банери, шумова й піротехніка.

Хулігани – організовані групи, «фірми» вболівальників певної команди, створені з метою організації масових бійок із фанами суперника та правоохоронними органами. Фани лондонського «Міллуолла» одними з перших стали цілеспрямовано влаштовувати масове безладдя під час футболу.

Стиль життя – чітка дисципліна та ієрархія, «фірми» відповідають за порядок на своїй території, ведуть статистику перемог і поразок у бійках із фанами суперника, розробляють тактику й стратегію таких позафутбольних війн.

Правила поведінки: «fair play» – чесна гра – у бійки не повинні втягуватися звичайні вболівальники; абсолютно неприйнятне будь-яке співробітництво з органами правопорядку; під час бійок заборонено користуватися ріжучими предметами, бити свого суперника, якщо він сказав «стоп» або підняв руку, наносити удари нижче пояса.

Фурі. Субкультура фурі (англ. *furry*) поєднує людей, які захоплюються антропоморфними тваринами в образотворчому мистецтві, анімації, художній літературі та дизайні. Відмінною рисою субкультури є прагнення до втілення образу антропоморфної тварини у творчості або в собі через ідентифікацію з нею.

Антропоморфною твариною прийнято вважати вигадану істоту, що поєднує в собі якості людини та тварини як в анатомічному, так і духовному

плані. Наділяють людськими якостями в основному хижих ссавців – леви, гепарди, лиси, вовки, а також гризуни. Ці звірі покриті хутром, тому англомовні носії субкультури мають прізвисько «пухнасті» (*furries*). Це слово традиційно є назвою субкультури.

Антропоморфні тварини присутні у творчості різних епох. Завдяки розвитку інформаційних технологій, головним чином інтернету, стихійно утворилося співтовариство, що поєднало розрізнені групи шанувальників антропоморфної анімації вже не на основі симпатії до того чи іншого твору, а заради антропоморфності як такої. Через нечисленність представників субкультури і нерівномірний розподіл по планеті основним засобом їх спілкування є інтернет.

Поняття субкультури *furry* поєднує:

- шанувальників анімаційних фільмів або оповідань з участю антропоморфних тварин, наприклад, мультфільм «The Lion King» або цикл романів «Редволл» письменника Брайана Джейкса;
- художників, що люблять малювати антропоморфних тварин, тобто митців фурі-арту;
- усіх, хто ототожнює себе з антропоморфними тваринами.

Теріантропія. Теріантропія (англ. *therianthropy*) – це термін, який використовують для позначення трансформації людини в іншу тваринну форму в міфології.

У наш час виникла субкультура, що взяла термін «теріантропія» як опис відчуття інтенсивної духовної чи психологічної ідентифікації себе як тварини. Представники цієї субкультури звичайно називають себе теріантропами або теріанами. Більшість теріантропів відносять себе до вовчих або котячих, серед яких часто зустрічаються вовки, леви, тигри, але є також представники рептилій, птахів, інших ссавців і комах.

Теріантропія як субкультура не має єдиних догм і авторитетів. В інтернеті наявні численні співтовариства теріантропів, які поєднують християн, язичників, атеїстів. Є безліч форумів і чатів співтовариства, і кожному місцю притаманна власна атмосфера, у деяких панує повне сприйняття, а в деяких зневажлива нетерпимість один до одного. За межами інтернету не відомо жодної організації теріантропів.

Відмінності теріантропів від фурі:

- як правило, теріантропи зосереджені на відчутті себе твариною або тваринній стороні своєї сутності та її природі, на духовному розумінні явища теріантропії;
- «Ми не уявляємо себе звірами – ми справжні звірі», – стверджують теріантропи;
- у субкультурі фурі, навпаки, приділяють більшу увагу фурі-арту – образотворчому мистецтву, метою якого є антропоморфізація і стилізація тварин, а також анімація, де тварин наділяють рисами людської подоби.

Теріантропи вважають, що ідентифікація фурі з тваринами – це проста гра звіриних ролей, що не містить іншого глибинного змісту.

Геймери – це прихильники комп'ютерних ігор, які вбачають у них сенс свого життя. Фактично гра займає увесь вільний час. Найбільш організованим різновидом геймерів є «квакери», прихильники комп'ютерної гри «Quake».

Субкультура геймерів зародилася нещодавно. Із появою комп'ютерних ігор, а пізніше й інтернету молодь стала активно спілкуватися в мережі. Комп'ютерні мережеві ігри для них – це можливість спілкуватися в дії: разом з іншими, часто іноземними, однолітками проходити завдання та перемагати ворогів. Існують також немережеві ігри, у яких суто розважальна функція. Багато ігор типу «Діабло» чи «Варкрафт», які досить поширені серед молоді, мають сюжет, і процес проходження перетворюється нібито в читання книги, де є скелет – сюжетна лінія, а решту потрібно нарощувати на скелет самостійно. Очевидно, залишилося дуже мало підлітків, які жодного разу в житті не сідали за гру. А є й такі, які буквально живуть у цій віртуальній реальності. Іноді ігри негативно діють на психіку підлітків.

Геймер за зовнішнім виглядом нічим не відрізняється від звичайної людини. У геймерів свій жаргон, свої клуби за інтересами, свій кінематограф нарешті: останнім часом популярні ігри екранізують досить часто, досить згадати «Лару Крофт», «Doom» чи «Ненсі Дрю». Тепер і своя література, наприклад, серія романів «S. T. A. L. K. E. R.».

На геймерів, які чітко усвідомлюють своє захоплення як просто гру, а не спосіб життя, ігри діють не тільки негативно – вони розвивають швидкість реакції та швидкість думки, наполегливість і цілеспрямованість, навіть спритність. Ігри через інтернет допомагають вивчати англійську та розширити коло своїх знайомих. Американські дослідження доводять, що геймери, які прийшли в бізнес (відповідно, досить юні хлопці) демонструють небачені результати, оскільки бізнес для них – та ж гра.

Металісти – представники субкультури, яких надихає та об'єднує музика у стилі метал. Зазвичай носять чорні джинси або шкіряні штани, шкіряні куртки-«косухи», чорні футболки або балахони з логотипом улюбленої групи, напульсники – шкіряні браслети із заклепками або шипами, ланцюги на джинсах, звичайні чоботи, кросівки. В основному мають довге волосся. Однак одяг не є основним атрибутом субкультури.

Слово «металіст» лише наприкінці 80-их років минулого століття у нашій країні люди почали вживати, маючи на увазі шанувальників «важкої» музики. Словосполучення *heavy metal* (у перекладі з англ. «важкий метал») з'явилося в романі «Голий сніданок», написаному 1959 року. Вільямом Берроузом. У своїй книзі він описував гучну й жорстку музику, з агресивними й напористими нотами. Однак у той час термін так і не отримав поширення.

«Важкий метал» як стиль виник у шістдесятих роках. Він становить змішання психоделічної музики і блюз-року. Проте блюзову спрямованість він втратив досить швидко. У ньому стало з'являтися все більше гучних і потужних звуків.

Металісти – субкультура молодіжна. Натхненником її є музика. Найбільш поширена вона в північних європейських країнах, трохи менше – в Америці, чимало металістів проживає в південноєвропейських країнах. Тим часом Близький Схід цю субкультуру приймати не бажає. Там її представники зазнають переслідування. Зустріти їх та інших неформалів можна лише в Туреччині та Ізраїлі.

В англійській мові є свої аналоги слова «металісти» – схиблені на металі, металоголові (*metalhead*). І такі похідні є практично в кожній мові.

Усі тексти груп, що працюють у цьому стилі, говорять про самотійність, упевненість і незалежність. Дуже часто в піснях звучать заклики до руйнування. Але не варто думати, що металісти закликають до повного знищення всього навколо. Основна думка – зруйнувати старе й побудувати щось краще, нове.

Металісти – субкультура вельми неоднозначна. Часто їхні пісні говорять про те, що необхідно бути терпимим, співчувати своєму ближньому, дотримуватися основних моральних норм поведінки.

Багато з представників цієї субкультури є досить освіченими людьми. Більшість із них захоплюється містиком, фантастичною літературою, міфологією тощо, грає на музичних інструментах, найчастіше на гітарі. Підлітки створюють власні музичні колективи.

На концертах своїх улюблених музичних колективів шанувальники часто голосно підспівують, високо підстрибують, розмахують волоссям, трусять головою, штовхаються тощо. Постійно в натовпі можна побачити викинуту вгору «козу», яка є характерним жестом, притаманним усім металістам. Вони скидають вгору кулак, залишаючи випрямленими вказівний палець і мізинець.

Легендарний музичний колектив – «Metallica».

Сучасні металісти часто носять балахони й футболки, на яких зображені логотипи або фото їх кумирів. Переважають джинси, армійські штани, шкіряні куртки із заклепками або нашивками, жилети, довгі плащі, важке взуття тощо. Хлопці нерідко відрощують довге волосся й бороди.

Представниці прекрасної статі носять футболки, шкіряні спідниці або штани, високі черевики, темні колготки й лосини. Вони яскраво фарбуються, акцентуючи увагу на губах і очах.

Улюблені аксесуари металістів – важкі медальйони і браслети, ланцюги, рукавички без пальців (як у мотоциклістів), бандани, нашійники і напульсники з шипами.

Проте не всі представники цієї субкультури бажають дотримуватися такого дрескоду. Незважаючи на свою любов до цього стилю музики, вони продовжують одягатися як більшість звичайних людей.

Байкери (англ. *Biker* – мотоцикл) – любителі і знавці мотоциклів. На відміну від звичайних мотоциклістів, у байкерів мотоцикл – стиль життя, а не просто швидкий та зручний спосіб пересування. Серед байкерів зустрічаються релігійні люди, чимало й атеїстів. Але всіх їх об'єднує віра в одного кумира – швидкість. Байкер постійно прагне поза межі. У цьому байкери схожі на спортсменів. У певній мірі байкінг – це спорт, але спорт екстремальний. Закований у чорну шкіру бородач, з ніг до голови покритий татуюваннями, може виявитися майстром спорту міжнародного класу з мотокросу та чемпіоном країни, але він прийшов у субкультуру байкерів, щоб насолоджуватися свободою та швидкістю.

Хоча байкери користуються саме цим видом транспорту, їх не можна називати просто мотоциклістами, цим можна образити. Мотоцикл для байкера – це не просто засіб пересування, а справжня філософія. У неї є назва, запозичена з фільму 1969 року: «easy rider», або «безтурботний їздець». В основі ідеології лежать три принципи: свобода; честь; вірність.

Байкери прагнуть свободи – вони позбавляються від будь-якої відповідальності. Часто у представників субкультури немає сім'ї і дітей. Деякі з них усе ж працюють і навіть створюють сім'ї. Але кар'єра зазвичай пов'язана з поїздками, а партнери по шлюбу так само закохані в байки й дорогу. Байкери – це не тільки молодіжний рух, такий стиль життя вибирають і зрілі люди, яким набридла рутинна й відсутність свободи.

Кожен «безтурботний їздець» дотримується всіх пунктів своєрідного кодексу. Йому заборонено принижувати своїх колег, ображати слабких і жінок, він зобов'язаний допомагати новачкам і нужденним. За всі свої вчинки водій мотоцикла відповідає сам, тому повинен дотримуватися старих традицій.

У байкерів і мотоциклістів багато спільного, але все ж вони відрізняються. Якщо останні просто вибирають двоколісний транспорт для пересування, то перші роблять із нього предмет обожнювання. Засіб пересування для байкерів – це справжній ідол, якому вони мало не поклоняються. Найбільше шанують байкери мотоцикли, зроблені власними руками, з умінням і багатою фантазією, з використанням великої кількості тюнінгових запчастин. Такі мотоцикли значно відрізняються від заводських моделей і виділяються яскравою оригінальністю.

Байкери носять джинси або шкіряні штани, майки та футболки із зображенням рок-груп або черепів. Верхній шар – це косуха (так на сленгу називають чорну шкіряну куртку). Її прикрашають нашивками й логотипами мотоклубу, до якого належить байкер. Байкерки одягаються в корсети, шкіряні шорти або штани. Із взуття краще масивні черевики на товстій платформі або армійські берці. Стандартні аксесуари – бандани, шкіряні

шиповані напульсники, ланцюги, рукавички без пальців. Найчастіше байкери відрощують волосся і бороди. Дівчата фарбують волосся в чорний колір або яскраві тони.

Серед символів байкерів – зображення черепа, що символізує безстрашність перед обличчям небезпеки і смерті. Інший сенс використання байкерами цього символу – захист від смерті. Поширеним є татуювання із зображенням мотоцикла, символів дороги і свободи, логотипів Harley-Davidson.

У середовищі байкерів найбільш розповсюдженими є такі музичні стилі, як рок, хард-рок, метал, блюз. Музичний стиль відповідає їхньому життю, тому байкери надають перевагу швидкісній і драйвовій музиці.

Байкерський рух зародився в 1950-х роках у США, а в 70-х поширився у Європі. Незабаром «байкерити» почали в усьому світі. Фестивалі, пов'язані з їздою на мотоциклах і рок-музикою, проводять у різних країнах. Є подібний рух навіть у Японії, там він називається «босодзоку».

Стімпанк (Steampunk, паровий панк, паропанк). Стімпанк – не просто спосіб виділитися, це філософія, ядром якої є думка, що все-таки людина править машинами. ТанDEM людини й машини – це і є дух стімпанку. Його основним елементом служить, звичайно ж, техніка – паровози, дирижаблі, важелі, циферблати та інші прилади.

Терміном «стімпанк» позначають специфічний напрям у фантастичній літературі, кіно, моді, музиці та комп'ютерних іграх. Характерною рисою цього стилю є використання у творчості атрибутики й технологій XIX ст. в поєднанні з футуристичними механізмами та технологіями.

Інакше кажучи, стімпанк – це піджанр наукової фантастики, який описує події, що відбуваються у світі, де парові та інші складні механічні машини є основною технологією. Стімпанк розповідає про альтернативний всесвіт, де основний технологічний прорив стався в епоху парових двигунів. На їх основі працюють різні футуристичні та надзвичайно складні механізми, аж до космічних кораблів та ходячих/літаючих міст. У такому альтернативному світі можуть бути й різноманітні аналогові комп'ютерні технології, роботи, променева зброя тощо, але все це буде стилізовано під загальну концепцію пару та шестерень.

Термін «стімпанк» придумав у 1987 році американський письменник-фантаст Кевін Джетер як жартівливе визначення для фантастичних романів, що описують Вікторіанську епоху – епоху розквіту промислової індустрії та парових машин. Гумор терміна полягав у тому, що в 1987 році популярним стилем був кіберпанк, суть якого полягала у високих комп'ютерних технологіях. На противагу подібному виду хайтеку Джетер і придумав назву, яка б описувала альтернативний, так би мовити, більш примітивний паровий прогрес.

Попри те, що назва стилю з'явилася аж у XX ст., сам стімпанк в певному сенсі існував із XIX ст. Річ у тому, що й у Вікторіанську епоху існувала

власна наукова фантастика, яка базувалася на реальних парових машинах та механізмах. Найбільш знаменитими представниками стімпанку можна назвати Жуля Верна та Герберта Уеллса.

Спочатку це був просто літературний жанр. Але з часом атмосфера цього стилю підкорила серця мільйонів людей по всій планеті, і стімпанк став своєрідною субкультурою, що охоплює тематичну літературу, кінофільми, аніме, мангу, музику, комп'ютерні ігри, моду, мистецтво і т. д. Зараз існує безліч стімпанк-фендомів (неформальних спільнот), косплей-фестивалів (костюмованих фестивалів) та інших заходів. Існують навіть цілі магазини, які спеціалізуються на продажу одягу та аксесуарів у стилі стімпанку.

У моді та оформленні предметів або приміщень у стилі стімпанку застосовують ті матеріали, які були реально доступні у Вікторіанську епоху, а це латунь, мідь, шкіра, скло, дерево, тканина. Інші матеріали теж можуть бути використані, але вони повинні відповідати єдиному критерію: їх могли виробляти (хоча б гіпотетично) за допомогою технологій ери парових машин. Пластмасу та подібні матеріали не використовують, оскільки це похідні більш складної сучасної технології.

Стандартне оформлення одягу, предмета або приміщення в стилі стімпанку, як правило, містить: шестерні, зубчасті механізми, ланцюги передач, заклепки, балони та колби, інші промислові елементи.

У базовій колірній гамі стімпанк-костюмів наявні чорний, сірий, коричневий, бежевий кольори. Одяг повинен тематично відповідати стилю, Вікторіанської епохи. Так, для чоловіків це пальто, фраки, твідові костюми, жилетки, для жінок – довгі сукні, корсети. Аксесуари – кишеньковий годинник, окуляри-гогли (спеціальні захисні окуляри робітників Вікторіанської епохи таких професій, як зварювання, виплавка металу, модифіковані футуристичними елементами), парасолі, курильні трубки, тростини, об'ємні головні убори та інші речі Вікторіанської епохи. Усі аксесуари мають бути виготовлені з натуральних матеріалів – шкіри, бронзи, міді, латуні, дерева.

Музика – дарккабаре, артрок, індастріал. Але повноцінного музичного напрямку стімпанк ще не існує.

Растамани – молодіжна субкультура, що поширилася з Ямайки, пов'язана з музичним стилем регі та асоційованими з ним поглядами та способом життя.

Ямайські растамани є послідовниками растафарі (расти) – релігії бога Джа (Іегова). У них, як і у всіх віруючих людей, є свої заповіді («Айтель»), яких вони завжди дотримуються, згідно з волею великого Джа:

- Бажано дотримуватися вегетаріанства, хоча іноді дозволяється їсти м'ясо, окрім свинини і молюсків.
- Оскільки Бог створив людину за своєю подобою, то будь-яке осквернення божественного вигляду – це гріх. Заборонено оскверняти вигляд

людини надрізами й татуваннями, небажано також голити голову, оскільки у волоссі міститься чимала магічна сила.

- Визнаючи Джа, водночас слід шанобливо ставитися і до інших релігій.
- Потрібно любити й поважати все людство, передусім усіх раса.
- Відкидати ненависть, ревності, заздрість, обман, віроломство, зраду.
- Не можна приймати ні насолод, що надаються Вавилоном, ні його пороки.

• Растафарі покликані створити у світі порядок, заснований на братерстві. Обов'язок кожного растафарі – простягнути руку милосердя кожному, хто потрапив у біду, чи то людина, чи тварина, чи рослина.

- Необхідно поважати традиції свого народу і традиції растафарі.

Растамани – переконані пацифісти, особливо протестують проти расизму. Дві особливості породили всесвітній характер раста-руху – марихуана і регі (напрямок музики, який сформувався наприкінці 1960-х років). В останньому растаманство знайшло щонайпотужніший музичний канал трансляції своїх ідей. Марихуана для сьогодення растамана – засіб не насолоди, а самопізнання.

Растаманський побут також передбачає здоровий спосіб життя, заборону на тютюн і алкоголь, вегетаріанство, заняття мистецтвом. Їхні символи – червоно-жовто-зелена шапочка-«пацифік», дредлокс, або дреди (це природний стан вільного волосся, такого, яке не знає ні ножиць, ні гребінців, ні шампунів.). Растаманів часто можна зустріти в компанії хіпі.

Хіпстери. Термін з'явився у США в 1940-х роках, утворений від жаргонного англ. *to be hip*, що в перекладі означає «бути модним».

Хіпстеризм – це субкультура зі своєю атрибутикою, стилем одягу, яка проголошує зовнішню і внутрішню свободу та певні правила. Перші хіпстери середини ХХ ст. любили джаз, наслідували афроамериканців. Це були молоді ерудовані представники середнього класу з дипломами престижних вишів і великим інтересом до наук і мистецтв.

Творчі й освічені, вони вважали себе здатними розпізнавати справжнє мистецтво, а не покладатися на громадську думку. Замість розкритих виконавців – маловідомі інді-рок-групи, замість голлівудських блокбастерів – артхаусне кіно, а замість модних брендів – вінтажний одяг. Хіпстери захоплювалися фотографією і публіцистикою. Їхній світогляд можна охарактеризувати як постмодернізм, за якого світ сприймається як гра.

Друге народження хіпстеризм отримав наприкінці 90-х у середовищі молоді середнього достатку і творчих професій, що збіглося з появою соцмереж. Сучасні представники володіють набором специфічних орієнтацій в одязі, музиці, віддають перевагу гуманітарним знанням і професіям перед технічними, активно використовують сучасні гаджети та інтернет-технології, виступають за відсторонення від життя суспільства в бік індивідуалізму.

Музика відіграє велику роль у житті хіпстера, але обов'язково непопулярна і виконувана невідомими групами. Вони першими дізнаються

про появу нових груп, але як тільки групи стають популярними, втрачають до них інтерес.

Ознаки хіпстерського зовнішнього вигляду:

- в одязі переважає унісекс;
- використовується вінтаж у поєднанні з останніми модними тенденціями;
- джинси шкіні, кольорові легінси, роздерті до великих дірок колготки;
- окуляри в масивній кольоровій пластиковій оправі, зазвичай без затемнення;
- бороди;
- класичні стрижки, стрижки в стилі гітлерюгенд, використання лаків і воску для волосся, голені скроні, навмисна недбалість, волосся забране в пучок;
- волосся фарбують у зелений, синій, рожевий колір;
- светри (світшоти);
- розтягнуті й поношені футболки;
- кеди або масивні підбори і платформи, топсайдери, лофери;
- об'ємні шарфи;
- строкатий одяг;
- тату у вигляді трикутників.

У середовищі хіпстерів модно пересуватися на велосипедах, але на звичайних одношвидкісних. Велика частина молоді – вегетаріанці або вегани.

Практично кожна нова субкультура викликає у більшій частині суспільства якщо не осуд, то певне несприйняття. Але хвиля критики, що накрила хіпстерів, практично не має прецедентів. Хіпстерів критикували не тільки консерватори, але і представники інших субкультур – за брехливість і підміну понять.

Сьогодні «бути в темі» для хіпстера значить не тільки стильно виглядати, але й бувати в усіх модних місцях – у кав'ярні, барі з крафтовим пивом, на виставці сучасного мистецтва або музичному фестивалі. Головне – не забути фотоапарат!

Фріки. Назва походить з англ. *freak* – виродок, інвалід; дивак, дивна людина. Фріками називають екстравагантних, неординарних людей із незвичайною зовнішністю й епатажною поведінкою. Часто ці люди відмовляються від соціальних норм і стереотипів, ламають їх. Вважається, що фріки – це представники молодіжної субкультури, але ними можуть бути і цілком дорослі люди. Часто фріки – представники творчого бомонду – письменники, поети, музиканти, художники.

Раніше словом фрік позначали фізично неповноцінних людей або таких, які мають які-небудь дивні вади. Наприклад, фріки, які виступають у цирку, – карлики, сіамські близнюки, бородаті жінки і т. д. Такі дивні люди завжди мали популярність серед глядачів і створили своє «шоу виродків». Інше

значення у цього слова з'явилося в 60–70-ті роки, коли виникло таке поняття, як фрік-субкультура чи фрік-сцена. Цей рух об'єднав нестандартно мислячих любителів психоделічної і рок-музики, постхіпі і представників інших неформальних субкультур. Фріки відкидали цінність громадської думки та матеріальних цінностей і вище за все ставили свободу від умовностей і забобонів. Сучасні фріки також не бояться шокувати оточення своєю зовнішністю й манерою поведінки. За допомогою незвичайного одягу та зачісок фріки творчо виражають себе і своє ставлення до навколишнього світу.

Як відрізнити фріка від звичайної людини? Фріки завжди виділяються з натовпу і притягують захоплені або, навпаки, зневажливі погляди. Крім незвичайного одягу, фріки використовують такі прийоми для вираження своєї індивідуальності:

- татуювання – часто вони займають все тіло або його велику частину, деякі роблять татуювання на обличчі;
- зачіски в стилі «панк» – фріки часто роблять «ірокези», дреди, косички. Волосся вони люблять фарбувати в яскраві, неонові кольори – салатовий, рожевий, небесно-блакитний, яскраво-фіолетовий і т. д.
- пірсинг – на тілі та обличчі фріка ви можете побачити велику кількість сережок. Сережки вставляють у ніс, брови, язик тощо;
- «тунелі» – це прикраси великого розміру, які мають наскрізний отвір, – прикрашають мочки вух, ніс або губу;
- інші модифікації тіла для радикальної зміни зовнішності – медичні імплантати (наприклад, у вигляді рогів), розсічення язика на зразок зміїного, модифікація зубів-ікл, шрамування і т. д.

Особливої ідеології фріки не мають. Їх основна мета – привернути увагу, заради цього вони йдуть на радикальні зміни у своєму тілі. Слухають музику подібних до себе гуртів або виконавців. Найбільш популярні стилі – металік, рок, фолк, джаз тощо.

У своїй меті вирізнитися фріки жертвують усім: стосунками в сім'ї – не у всіх батьків вистачає терпіння сприйняти радикальні зміни дитини; стосунками в соціумі – не всі здатні терпіти їхні дивацькі витівки; грошима – щоб кардинально змінити себе, потрібно витратити великі суми на тату, пірсинги, зачіски та ін.

Халю (буквально – **корейська хвиля**). Цим терміном окреслюють вибухову популярність культурної економіки Південної Кореї, яка експортує поп-культуру, розваги, музику, телевізійні драми, фільми, онлайн-ігри, моду на одяг і їжу, а заразом «підтягує» й суміжні галузі: туризм, медицину, легку промисловість, індустрію краси та відіграє немалу роль у контрольованому формуванні позитивного іміджу країни у світі.

Із початку 1999 року корейська хвиля стала одним із найбільших культурних явищ у всій Азії. Ефект від халю був величезним: у 2019 році він приніс економіці Південної Кореї близько 12,3 мільярда доларів.

Походження халю пов'язують із кількома фільмами, успіх яких викликав величезний шум та спровокував інтерес до всього корейського.

Субкультура халю складається з фанатів корейських музичних груп (K-POP), до яких входить від 5 до 10 осіб. Між учасниками колективів існують складні відносини, стежити за якими можна як за серіалом. У середовищі шанувальників K-POP цінуються постери із зображенням кумирів. Корейська хвиля також включає захоплення кухнею, відеоіграми, фільмами і мовою Південної Кореї.

Ідеальна зовнішність для шанувальників субкультури – «ольджан», що перекладається як «гарна мордочка». Так називають людей із величезними очима, маленьким носом і губами. Лялькових пропорцій досягають, як правило, завдяки пластичній хірургії і фотошопу.

Ванільки (ванільні чи просто ваніль) – це молодіжна, виключно дівоча, субкультура, основна ідея якої – популяризація всіляких проявів жіночності. Тендітні принцеси XXI століття – це романтично налаштовані дівчата, ніжні й чутливі, по-дитячому наївні й емоційні. Вони ніби не з нашого часу: вірять у справжнє кохання без брехні та фальші і мріють про прекрасного принца. Ванільки живуть у своєму казковому вимірі, де їх оточує туман таємничості, насичений ароматом ванілі, і постійне очікування дива та щасливого майбутнього.

Як самостійний молодіжний рух ванільність оформилась і набула поширення у 2010–2011 роках, тому можна стверджувати, що це одна з наймолодших субкультур сучасності. Щодо її назви й зародження донині точаться дискусії. Дехто вважає, що назва пішла від фільму «Ванільне небо» Камерона Кроу. Інші вказують на додаткове значення англійського слова *vanilla* – щось просте, без зайвої екзотики. Дехто нагадує про любов ванільок до солодкого, як у прямому, так і в переносному значенні, оскільки слова «ваніль» і «карамель» дуже часто використовують у своєму лексиконі представниці цього руху. Найпоширенішою є думка, що назва субкультури пішла від особливого стилю одягу.

Почалось усе в Західній Європі та Південній Америці. Коли закордонним дівчатам набридла вульгарність навколишнього світу, вони вирішили повернути образ витонченої, романтичної та жіночної натури. Прекрасні леді відмовилися від міні-спідниць, шортів та інших досягнень емансипації на користь легких суконь пастельних кольорів, оздоблених мереживом і доповнених такими ж хустинками. Новий стиль породив асоціацію з квіткою ванілі – ніжною і романтичною, тому дівчат почали називати ванільками, ванільними чи просто ваніллю.

Поступово ця субкультура стала доволі популярною. Хлопці одразу звернули увагу на витончених і ніжних дівчат. Із часом легкі вишукані сукні ванільки доповнили маленькими сумочками, квітчастим взуттям без підборів і милими аксесуарами. Одне слово, суцільна романтика і жіночність.

Так було спочатку. Нині представниці руху ревно стежать за модою і в одязі віддають перевагу Street Style. Вони обожають футболки з англійським прапором, плюшевими ведмедями, Міккі Маусом чи надписами «I love...» – далі йде зізнання в любові крутим, на їхню думку, містам – Нью-Йорку чи Лондону, улюбленій каві, або фраза закінчується банальним «you», тобто «тебе». Носять джінси та легінси. Із взуття, залежно від сезону, віддають перевагу ажурним літнім чоботам, кедам, сліпонам, а холодної пори року їхні ніжки зігрівають такі модні сьогодні уги. Також ванільок не залишають байдужими вінтажні речі: бабусин піджак чи її ж стара потерта сумка через плече. Досить поширеним атрибутом стали великі окуляри – як сонцезахисні, так і прості, для доповнення образу.

Волосся ванільки ніколи не фарбують у радикальні кольори і найчастіше зав'язують у високий недбалий пучок чи роблять різні романтичні зачіски. Також вони майже не користуються косметикою, оскільки не є прихильницями штучної краси. Основа їх привабливості – натуральність, доглянутість і витонченість. Якщо ж макіяж у ванільки присутній, то зазвичай це блідо-рожева помада, легкий рум'янець на щічках і довгі чорні вії.

Ставлення суспільства до ванільок різне: від позитивного до вкрай негативного. Часто цим дівчатам приписують зловживання цигарками, зацікленість на пошуках об'єкта кохання, інтернет-залежність, культ депресії, а також показовість та награність у романтиці. Насправді все це не стосується справжніх послідовниць субкультури – *тру-ванільок* (від англ. *true* – правда), але сповна характеризує *позерок* (від англ. *poseur* – наслідувач), які називають себе ванільками, бо це модно, і запозичують лише окремі елементи стилю. Тру-ванільки не палять, адже це зовсім не жіночно і до того ж шкодить здоров'ю. Зате позерки люблять подиміти у квартиру ванільними цигарками, сидячи на підвіконні під теплою ковдрою і мріючи про прекрасного принца.

Невід'ємний атрибут ванільної дівчини – фотоапарат, бажано професійний. Справжні ванільки володіють майстерністю фотографувати, через світлини передаючи свій емоційний стан. Якщо на знімку депресивна особа з цигаркою, на якій написано чоловіче ім'я, – перед вами звичайнісінька позерка. Якщо ж зображена дівчина, котра танцює під прекрасним листопадом, – це вона, справжня ваніль.

Велике значення в житті ванільки відіграють соціальні мережі та блоги. Безглузді фрази з великою кількістю «солодких» слів – це для позерок. Тру-ванільки пишуть власні глибокі думки й цитати з улюблених книжок. До речі, вони дуже люблять читати психологічні та романтичні книги.

Справжні ванільки не впадають у депресії, не заціклені на пошуках об'єкта кохання і не мають інтернет-залежності, вони щирі у своїй романтиці, чутливості, ніжності та жіночності. Ці дівчата – справжні леді і принцеси XXI століття.

Воркаут (Street Workout) – це вуличний вид субкультури, яка об'єднує оригінальний підхід до вуличних тренувань, прагнення до всебічного розвитку людини й соціальну енергійність.

Воркаут з'явився в Америці і став популярним, коли чорношкірі юнаки під час тренувань почали поєднували гімнастичні й силові типи вправ. Протягом довгого часу ця культура удосконалювалася. Значне поширення вуличний воркаут отримав завдяки YouTube. Відеоролики вуличних тренувань стали поширюватися по всьому світу, привертаючи увагу, і воркаут почав активно збирати прихильників буквально по всій планеті. Якраз завдяки доступності вуличні безкоштовні тренування отримали гігантську популярність серед підлітків і школярів. Воркаут продемонстрував можливість стати сильнішими, активнішими, здоровими тільки за рахунок абсолютно безкоштовних вправ із залученням фантазії і всього лише ваги свого тіла у вигляді балансира.

У чому ж сенс і особливості воркауту?

- Воркаут не є спортом або екстримом, оскільки не проходить змагань між учасниками занять або групами учасників.

- Тут відсутній тренер, тобто кожна людина сама собі керівник. Важливо відчувати тіло і спостерігати за всією групою, також дуже важлива безпека.

- Це виключно вулиця. Так заведено від самої появи цієї культури. Вулиця – значить свобода, за рамками буденності й умовностей.

- Такі заняття абсолютно безкоштовні.

E-boy & VSCO-girl – нова молодіжна субкультура, що зародилася на інтернет-платформі.

Інтернет і гаджети з кожним днем усе більше й більше захоплюють наше життя. Молоді люди все частіше «зависають» по той бік екрану. Мільйони сайтів, блогів та додатків із величезною аудиторією впливають на наші дії й інтереси. Тисячі відео на YouTube присвячені трансформації звичайних хлопців і дівчат в E-boy і VSCO-girl.

Хто такі e-boy? Загалом це ті ж самі готи, тільки більш сучасні. E-boy катаються на скейті, фарбують нігті в чорний, носять чорний одяг, ланцюги й шапки. Іноді їхнє волосся розділене проділом посередині, а шкіра дуже бліда. Вони носять смугасті лонгсліви і светри в клітинку, слухають емо-реп (Lil Peep). Здається, що вони існують тільки в інтернеті, переважно в Instagram і TikTok. У кімнаті e-boy – дірки в стінах і led-лампи, які розмірено погойдуються над ліжком. Вони вважають себе поетами і постять «думки вголос» у Twitter.

Хто такі VSCO-girl? Вони стильні, але водночас невимушені й дещо стервозні. Назва VSCO-girl походить від додатка для обробки фотографій – VSCO, що має певну естетику, якої намагаються дотримуватися дівчата: добирати фільтри, робити фотографії їжі в ідеальному ракурсі. Хоча ці риси не є чимось унікальним для VSCO-girl, вони багато в чому їх визначають.

Атрибути типової VSCO-girl – одяг від Brandy Melville, пляшки для води Hydroflask, білі Vans, металеві чокери, сандалі Birkenstocks і таке ін. Концепція VSCO-girl завоювала таку популярність у соціальних мережах, що в TikTok є спеціальний VSCO-girl-фільтр – оздоблена пляшка для води і зачіска у вигляді «кінського хвоста» збоку.

Отже, молодіжні субкультури – особлива частина суспільної культури. Неформальний спосіб життя притаманний молодим людям. А належність до тієї чи іншої субкультури – це своєрідний спосіб продемонструвати дорослим власні погляди на життя. Багато людей упереджено ставляться до представників молодіжних субкультур, зовсім не знаючи, що більшість із них не мають жодного стосунку до криміналу, сексуальної розбещеності, сатанізму. Навпаки – це звичайні у спілкуванні юнаки й дівчата, початківці-музиканти, письменники, художники, досить обдаровані. Вони виступають проти деяких суспільних правил і для цього збираються в групи, створюючи тим самим свою маленьку систему (зі своїм одягом та законами) на протигагу системі великій.

Матеріал подано за джерелами:

1. Альтман Д. Що таке фандоми і як вони комунікують: Розповідаємо про комунікації фан-культури. URL: <https://bazilik.media/shcho-take-fandomy-i-ia-konnyu-komunikuiut/>.
2. Історія появи і розвитку Street Workout. URL: <https://grig.ua/uk/istorija-rojavlenija-i-razvitija-street-workout.html>.
3. Карп'як В. Молодіжні субкультури. *Спілка Української Молоді*. URL: <http://archive.cym.org/ua/content/subcult1.asp>.
4. Кіріна С. Принцеси XXI століття. *Голос України: Газета Верховної Ради України*, 22 трав. 2013 р. URL: <http://www.golos.com.ua/article/50402>.
5. Корейська хвиля (халлю) – «м'яка сила» Країни Вранішньої Свіжості. *Читай: онлайн-журнал про книги та літературу*, 08.12.2021. URL: <https://chytay-ua.com/view.php?id=1190>.
6. Металісти (субкультура): історія появи, особливості. *UAEU: Українська ТОП Газета*, 17 серп. 2021 р. URL: <https://uae.u/top/tsikave/metalisti-subkultura-istoriya-rojavi-osoblivosti.html>.
7. Молодь поза форматом: субкультури. *Херсонська обласна бібліотека для юнацтва ім. Б. А. Лавренюва*. URL: <https://unalib.ks.ua/next.htm>.
8. Презентація на тему «Субкультура байкери». URL: <https://vseosvita.ua/library/prezentacia-na-temu-subkultura-bajkeri-146605.html>.
9. Презентація на тему «Субкультура фріки». URL: <https://svitppt.com.ua/kultura/subkultura-friki.html>.
10. Растамани. *Харківська бібліотека для дітей*. URL: <http://bibl.kharkiv.ua/molodizhna-subkultura/rastamany>.
11. Стімпанк (Steampunk) – що це таке та в чому суть жанру і стилю. *Termin.in.ua – прості відповіді на популярні в інтернеті запитання типу:*

«Що це?», «Що значить?», «Що таке?». URL: <https://termin.in.ua/stimpank-steampunk/>.

12. Сучасні молодіжні субкультури. Вікі-ЦДПУ: *Творимо освіту разом!* URL: <https://wiki.cuspu.edu.ua/index.php>.

13. Хіпстери. Як змінилася субкультура. *Харківська бібліотека для дітей.* URL: <http://bibl.kharkiv.ua/molodizhna-subkultura/25-molodizhna-tusovka/2480-hipsteri-yak-zminilasya-subkultura>.

ГОЛОС У ЄДИНОМУ ЕКЗЕМПЛЯРІ: АМЕРИКАНКА З УКРАЇНСЬКИМ СЕРЦЕМ

(до 70-річчя від дня народження *Квітослави-Орисі Цісик*)



1953, 4 квітня народилася Квітка Цісик – американська співачка українського походження, популярна виконавиця рекламних джінглів у США, оперна і блюзова співачка, виконавиця українських народних і популярних пісень.

У неї було рідкісне й романтичне ім'я – Квітка. А ще – унікальний голос, який важко сплутати з будь-яким іншим. Несильний, але проникливий, трішки щемливий і якийсь невагомий, наче витканий із найтонших ноток і почуттів, зі щирості, журби і небесної радості. Раз почутий, він глибоко западає в серце, щоб розбудити там найпотаємніші струни душі, які вже ніколи не змовкнуть. Так співають тільки янголи, які на деякий час спускаються на землю, щоб дати змогу смертним почути голос Вишніх Сфер. На жаль, їхній час перебування на землі часто буває дуже обмеженим.

У США вона відома під творчим псевдо Кейсі, а в колі сім'ї та Україні її знають як Квітку. За своє надто коротке життя Цісик стала зіркою рекламних джінглів і голосом голлівудського кіно. Та до нашої країни її спів дійшов пізніше – у двох україномовних платівках, які змінили уявлення про можливості української музики, підірвали творчий вакуум радянської України й надихнули артистів продовжувати боротьбу за нашу культуру. Співачка жила за океаном, але зберегла любов до України за тисячі кілометрів від неї.

Квітка Цісик народилася в Нью-Йорку в родині емігрантів із заходу України. Її бабуся (у дівочтві Софія Нагірна-Кандяк), дідусь та мама жили у Львові до 1944 року. Родина була знаною інтелігенцією у місті, але в 1949 році вимушено покинула країну через ризик переслідування радянською владою та опинилася у США.

Повне ім'я співачки – Квітослава-Орися. Рідні і близькі її називали Квіткою. А популярність у США вона здобула під псевдонімом Кейсі – поєднання перших літер імені та прізвища – Kvitka Cisuk.

Сім'я Цісіків, хоч і мешкала за океаном, зберігала свою українськість і плекала її у своїх дітях. Так, Квітка протягом тижня навчалася у звичайній американській школі, а суботами відвідувала «Школу українства». Окрім цього, дівчинка була пластункою – їздила в літні табори, де вивчала українські пісні, звичаї та традиції, брала участь у культурних заходах «Пласту».

Квітка Цісік для багатьох своїх співвітчизників була втіленням американської мрії. Вона змалечку виростала в атмосфері музики й мистецтва. Батько, Володимир Цісік, музикант, професійний скрипаль, у минулому – концертмейстер Львівської опери, із чотирьох років почав учити своїх доньок Квітку та Марію гри на скрипці та фортепіано. Марія пізніше таки стала відомою піаністкою і свого часу була навіть директором консерваторії у Сан-Франциско, вела майстер-класи у Карнегі-Холі. Квітка ж, крім гри на скрипці, серйозно захоплювалася балетом, співала в хорі.

Орієнтовно протягом 1971 року Квітка навчалася в нью-йоркській Школі музики Маннеса по класу скрипки, але бажання співати переважило. Цісік кинула гру на інструменті й перейшла на бік академічного співу. Схоже, це рішення їй далось нелегко, бо в одному з інтерв'ю Квітка поділилася: «Я мала його (батька) пальці й техніку, але мріяла співати, і досі почуваюся винною, що покинула скрипку».

Квітка мала рідкісне колоратурне сопрано – найвищий співочий жіночий голос. У його тембрі можна навіть почути тони скрипки. Цісік також вміла співати «білим голосом» – це техніка фольклорного співу, поширена в Карпатах. Такий спектр голосу Квітки Цісік дозволяв їй з легкістю стрибати між різними жанрами – від опери та джазу до попмузики. «Я побачила, що можу легко змінювати музичний стиль. Потім я вступила у музичну консерваторію в Нью-Йорку. Навчалася вокалу й думала, що буду оперною співачкою. Але цікавилась іншим фахом. Це – такий «студіосингінг». Співання у різних студіях для реклами або для композиторів», – розповідала співачка.

Так пісня взяла гору. У консерваторії в Нью-Йорку Квітка опановувала вокальну техніку й майстерно відшліфовувала свій голос, потім ще рік навчалася в Гарпер Коледжі – частині Університету штату Нью-Йорк у Бінгемтоні. Її голос одразу ж вираховують американські шоумени, які починають запрошувати Квітку Цісік беквокалісткою до зірок першої величини.

Крім цього, Квітка активно поширювала українську культуру в медіапросторі США. Разом із сестрою брала участь у створенні телепрограми «Думки про Україну» (Thoughts of Ukraine), яку американці побачили на екранах у 1971 році. У ній показували українські танці, звучали поеми

Шевченка, пісні у виконанні Квітки Цісик тощо. «Хоч я тут уроджена, мої родичі зі Львова, моя родина і я відчуваємось українцями. Я в Америці, але українка», – казала про своє коріння Квітка Цісик.

Після смерті батька Квітці довелося шукати додатковий спосіб заробітку. Деякий час вона співала в нью-йоркських клубах, паралельно пропонувала свої записи компаніям і рекламним агенціям. Зрештою Квітку помітили продюсери, і так співачка стала частиною рекламного світу.

Справжня американська слава чекала Квітку Цісик саме на теренах рекламного бізнесу. Із початку 80-х вона стає однією з найдорожчих виконавиць джінглів – рекламних мотивів для радіо й телебачення. За допомогою її витонченого співу створювали собі акустичний імідж корпорації Coca-Cola, American Airlines та авіакомпанія «Дельта», Sears, Safeway, Starburst, ABC, NBC, CBS, McDonald's тощо. Із 1982-го й до своєї смерті, протягом 16 років, Кейсі Цісик залишалася єдиним голосом компанії Ford Motors. Багато американців і досі пам'ятають музичний джінгл «Have You Driven a Ford Lately» у її виконанні, за який Ford Motors дарував їй автомобілі. Цей джінгл прослухали понад 22 мільярди разів – майже вчетверо більше тогочасного населення Землі.

Співачка також співпрацювала з відомими американськими виконавцями й продюсерами. Квітка співала на беквокалі в Майкла Джексона та Вітні Г'юстон, брала участь у записах альбомів Лінд Ронстад, Роберта Флека, Майкла Болтона, Боба Джеймса та інших.

Квітка Цісик встигла попрацювати над записами саундтреків до голлівудських фільмів і навіть у деяких зіграти. Пісні у її виконанні отримали чимало престижних музичних нагород, серед яких – і «Оскар». Правда, з останнім вийшла не дуже приємна історія. У 1977 році її запросили виконати кілька пісень до фільму «You Light Up My Life» («Ти світло мого життя») і навіть зіграти невеличку роль у фільмі – подружки нареченої. Головна пісня фільму у виконанні Квітки Цісик настільки припадає слухачам до душі, що отримує «Оскара».

Але напередодні церемонії нагородження один зі спритних продюсерів, що мав нюх на потенційні хіти, тихцем викупив права на виконання пісні й, записавши свою дочку Дебі Бун, яка старанно скопіювала манеру й інтонації Кейсі, випустив диск, який одразу ж очолив національний хіт-парад. Хоча у стрічці саме Квітка співала всі жіночі партії, її ім'я вирізали з фінальних титрів. Квітка проігнорувала церемонію нагородження, і пісню на церемонії виконувала саме Дебі Бун. За словами чоловіка Цісик, батько Бун товаришував із режисером фільму Джозефом Бруксом і хотів просунути доньку кар'єрними сходинками. Сам же режисер був небайдужий до Квітки, але та не відповіла йому взаємністю. У такий спосіб він приховав участь Квітки у фільмі – можливо, з особистих мотивів.

Пісня отримала «Золотий глобус» і була номінована на «Греммі» в категорії «Пісня року» в 1978-му.

У Квітки Цісик було все: слава, достаток, улюблена робота, кохані чоловіки (вона двічі була заміжня: першим її чоловіком був композитор-аранжувальник Джек Кортнер, другим – інженер звукозапису Ед Ракович, якому Квітка подарувала сина Еда). Син Квітки Ед-Володимир теж займається музикою й до сьогодні.

Однак була в неї іще одна, зовсім не американська, заповітна мрія – віддати данину поваги народові, який виплекав її родовід, землі, де вона ніколи не була, але чий голос змалечку бринів у її серці. І вона вкладає всі свої заощадження – більше 200 тисяч американських доларів, запрошує найкращих американських студійних музикантів (на фортепіано їй акомпанує сестра Марія, на гітарах грав фантастичний Стюарт Шарф), завдяки феноменальному музичному чуттю їй вдається зібрати такі бездоганні ансамблі, які нечасто могли собі дозволити більшість тодішніх попзірок США.

Із різницею в дев'ять років співачка записує два альбоми українських пісень – «Квітка» (1980) та «Два кольори» (1989). Записує просто для себе, для родинного архіву, адже розуміє, що у прагматичній Америці її українські альбоми не матимуть жодного комерційного зиску. Але інакше вона не може – ці альбоми потрібні їй, як повітря, щоб виспіватися, виговоритися, відмолитися піснями за Україну.

Голосом Квітки зазвучали пісні «Ніч така, Господи, місячна, зоряна», «Пісня про рушник», «Черемшина», «Я піду в далекі гори», «Два кольори», «Верше, мій верше» та інші.

Українською вона, корінна американка, володіє не досконало, але кожне українське слово в пісні, інтонацію, звук їй виставляє мама Іванна. А решта їй підказує серце. І ця мова виявляється зрозумілою без перекладу – диски Квітки Цісик зібрали купу нагород у Канаді, а в 1990 році були номіновані на «Греммі» в категорії «Сучасний фольк» (Contemporary Folk). Сама співачка пояснювала свій альтруїзм просто: «Ці збірки пісень є бажанням мого українського серця вплести радісні нитки в розшарпане життям полотно, на якому вишита доля нашого народу».

Квітка Цісик планувала випустити ще третій україномовний альбом з колисковими або сучасними піснями, але їй не вдалося цього зробити – її життя передчасно обірвалося від хвороби.

В Україну наприкінці 80-х платівки з піснями Квітки потрапляли переважно контрабандою, їх підпільно привозили українські емігранти, яким спростили процедуру відвідування історичної батьківщини. Люди перезаписували їх і передавали один одному. Уперше альбоми співачки на її історичну батьківщину привіз австралієць українського походження, бандурист і композитор Віктор Мішалов.

«1984 року, на літні канікули їздив додому, а також у краї, які бажав відвідати. Тоді й почув перший диск Квітки Цісик. Був тим співом приголомшений. Це була зовсім інша стилістика виконання пісні, ніж чув

досі, зовсім інше аранжування. Вражала дивовижна інтелігентність співу і якийсь магнетизм, який притягував до себе», – згадував він.

Щоб Цісик почули українці, Віктор ризикував бути відрахованим із консерваторії й взагалі виселеним із країни. Коли платівки перетнули океан, Мішалов розтиражовував записи в помешканні свого друга. Так голос Квітки стрімко розлітався радянською Україною.

Факт існування україномовних пісень, професійно записаних на студії, надихнув артистів у самій Україні. Так, музичний продюсер і директор першого фестивалю «Червона Рута–89» Олександр Горностай сказав: «Квітка знайшла можливість записати два українські диски. Потрапивши в радянську Україну, вони зруйнували вакуум, який утворився після смерті Івасюка. Їх слухали та думали: якщо за океаном зберегли свою українськість і за 100 років, то ми теж маємо це зробити».

Платівки з піснями Квітки привозили й українські музиканти, які почали їздити за океан на гастролі. «Коли я вперше привіз її диск 1990 року з Канади до себе в Карпати, то сусіди, як почули «Ніч така, Господи(!), місячна, зоряна», просили мене переписати їм платівку, – розповідав в одному з інтерв'ю відомий поет і видавець Іван Малкович. – Ми ж не знали, що там має бути це “Господи”... Один чоловік, який жив на найвищій горі, мав гучномовця і в неділю після церкви пускав голос Квітки на всі найближчі гори. Коли вона співала “Я піду в далекі гори”, то це було наче якесь очищення людей».

Сама Квітка Цісик побувала в Україні з мамою лише раз – у 1983-му, коли про неї як про співачку тут іще ніхто не знав. Побувала у Львові та інших містах на заході країни. Цей візит був приватним і не афішувався на загал – однією з причин називають заборону пісень Квітки в радянській Україні. Її дуже хотіли запросити в 1989 році для участі в концерті діаспори в рамках фестивалю «Червона рута», але у співачки тоді не склалося. Вдруге її запрошували у 1992 році виступити в концерті до другої річниці Незалежності, але теж якісь нагальні справи завадили. Пізніше були перемовини про цілу серію концертів Квітки Цісик на Батьківщині. Та, на жаль, цій її мрії не судилося здійснитися...

Невдовзі пісні Квітки зазвучали на радіо. «Вперше про Квітку Цісик мені розповіла журналістка Катерина Кіндрась, яка мала два її альбоми на вінілі і дала мені їх переписати для радіо, – згадує відома радіоведуча Галина Бабій. – Це було у 1991 році. У 1992 році Кирило Стеценко побував у Нью-Йорку і зустрівся з Квіткою Цісик. Записав інтерв'ю і привіз касету мені. Тоді я й зробила першу програму для Українського радіо. Про Квітку тоді ніхто у нас і не чув. Пам'ятаю, що Квітка упродовж інтерв'ю заспокоювала маленького сина, який трохи вередував і не давав їй говорити. На жаль, пожежа 1995 року на Хрещатику 26 багато плівок знищила. У тім числі й цю програму».

У тому ж 1992-му Олександр Горностай, який презентував у Ванкувері знятий для телебачення Канади фільм «Україна: земля і люди» – до сторіччя

еміграції, заїхав до Нью-Йорка й записав єдине відеоінтерв'ю Квітки Цісік українською мовою. Фрагменти цього інтерв'ю увійшли до документального фільму «Квітка. Голос у єдиному екземплярі», знятого телеканалом «Інтер» до 60-річчя співачки.

У 1992 році Квітка Цісік дізналася про свій діагноз – рак молочної залози. Лікарі давали їй лише кілька місяців життя, які перетворилися на сім років. 29 березня 1998 року, не доживши п'ять днів до свого сорокап'ятиріччя, вона відійшла в інші світи. Від цієї ж хвороби померла її мама, а пізніше і сестра співачки. Коли прощалися з Квіткою, над кладовищем линули її «Журавлі».

Навіть після смерті Квітка Цісік притягує до себе людей. Для американського продюсера та музиканта, уродженця Одеси Алекса Гутмахера знаковою в житті стала поїздка до Києва у 2006 році, коли в таксі він випадково почув записи Квітки Цісік. «Коли я в машині почув “Черемшину” у виконанні Квітки Цісік, то заплакав, – розповідає він. – Мені сказали, що вона з Америки, і коли приїхав до Америки, то почав цікавитися, хто вона. Пізніше я зрозумів, що це моя місія – її популяризувати. Я також лікувався у тому ж онкоцентрі, що й вона. Я професійний музикант і цілком розумію, що Квітка – це не Монсерат Кабальє, але вона співає душею, серцем, українським теплом».

Саме з ініціативи Алекса Гутмахера у 2008 році в Києві відбувся перший вечір пам'яті співачки. Пізніше у Львові відбувся Міжнародний конкурс українського романсу імені Квітки Цісік. У Львові на будинку, де жили її батьки, відкрито меморіальну дошку, є музей співачки. Вулиці Квітки Цісік з'явилися у Львові, Хмельницькому, Вінниці, Полтаві та Києві.

Своїм голосом Квітка Цісік дала нове дихання вже знайомим пісням, які слухають і досі. А творчість співачки мимоволі вселила віру в цілу плеяду митців, що надихнулися на розвиток українського в Україні.

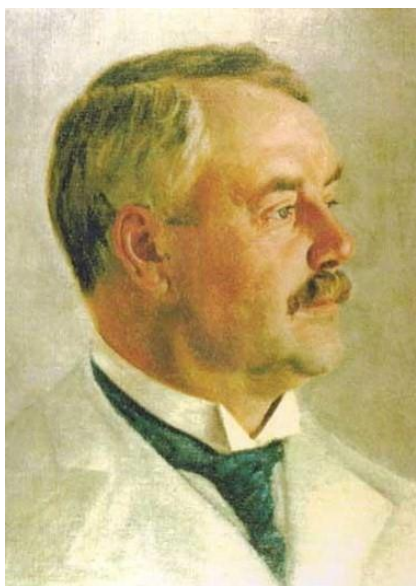
Матеріал подано за джерелами:

1. Марків М. Хто така Квітка Цісік – легендарний голос України за океаном. *Слух, 7 черв. 2022 р.* URL: <https://slukh.media/texts/kvitka-cisyk/>.

2. Кандяк О. Квітка Цісік – душа України: біографія відомої співачки. URL: https://showbiz.24tv.ua/kvitka_tsisik_biografiya_spivachki_kvitki_tsisik_shho_vid_n1121285.

3. Позняк Н. 1953, 4 квітня народилася Квітка Цісік. *Український інститут національної пам'яті.* URL: <https://uin.gov.ua/istorychnyy-kalendar/kviten/4/1953-4-kvitnya-narodylasya-kvitka-cisyk>.

ТВОРЕЦЬ ПРИРОДНОГО ДИВА УКРАЇНИ (до 160-річчя від дня народження Фальц-Фейна Фрідріха Едуардовича)



Фальц-Фейн Фрідріх Едуардович (1863–1920) – засновник біосферного заповідника «Асканія-Нова», український натураліст, нащадок німецьких колоністів у Таврії. У родинному маєтку, серед «маленької сільськогосподарської імперії» з особливим економічним, господарським укладом і навіть власним грошовим обігом, Фрідріх Фальц-Фейн створив перший в Україні заповідник, зоопарк і ботанічний сад, природничий музей.

У 2008 р. акція «Сім природних чудес України» охопила всю країну. Серед 7 переможців – біосферний заповідник «Асканія-Нова» ім. Ф. Е. Фальц-Фейна, який сьогодні опинився у скрутному становищі. Із кінця лютого 2022 року заповідник знаходиться під окупацією російських військ. У березні цього року росіяни з колаборантами зареєстрували заповідник у державному реєстрі юридичних осіб рф без імені Ф. Е. Фальц-Фейна в назві, встановили окупаційну адміністрацію, що вже озвучила плани про «розвиток туризму».

Ми ж пам'ятаємо цю велику людину, ім'я якої міцно вкарбовано в історію України і яка, безперечно, заслуговує на вдячну згадку нащадків.

Народився Фрідріх Едуардович Фальц-Фейн 16 квітня 1863 року в маєтку Чаплі (нині смт Чаплинка Херсонської обл.), він був старшим серед семи дітей. Батько – Едуард Іванович Фальц-Фейн – великий землевласник та вівчар; мати – Софія Богданівна (уроджена Кнауф) – фабрикантка, власниця пароплавства, меценатка. Величезний вплив на Фрідріха мала мати Софія Богданівна, відома як будівнича порту Хорли.

Родина Фальц-Фейнів займалась торгівлею, сільським господарством, цікавилась всілякими новинками, що з'являлись наприкінці XIX ст. Найбільшим захопленням Фрідріха стали тварини та птахи, любов до яких виявилась у нього ще змалечку.

Захоплення природничими науками Фрідріха підтримувала прогресивна й освічена родина. Власний вольтер 11-річний Фрідріх отримав від батька в подарунок за успішні вступні іспити до Херсонської гімназії. Гімназистом він проводив багато часу на пташиних базарах або ж у плавнях Дніпра разом із птахоловами та мисливцями. У 17 років Фрідріх спробував кільцювати птахів, чим поклав початок цій справі у російській імперії. Кільцями не користувався. На шию птахам вішали спеціальні циліндрики із записками чотирма мовами. Одна така потрапила до правителя Судану Каліфа Махді. Той викликав до себе європейця Рудольфа Златіна, що тужив у неволі не

один рік, і наказав пояснити, що це за річ. «Цей журавель виведений і вирощений у моєму маєтку Асканія-Нова Таврійської губернії, на півдні росії. Прохання повідомити, де птаха було спіймано і вбито. Вересень 1892 року. Фрідріх Фальц-Фейн», – прочитав європеєць. Це була перша знахідка окільцьованого птаха.

Під час навчання на природничому факультеті Дерптського університету (1882–1889) Фрідріх Фальц-Фейн захоплювався біологією, а за час канікул відвідав майже всі ботанічні сади та зоопарки світу, де знайомився з акліматизацією та утриманням тварин, вів переговори та укладав угоди з фірмами на закупівлю звірів та птахів. Придбав тварин з Африки, Азії, Америки, зоопарків Парижа, Берліна, Гамбурга.

Повернувшись після навчання в Асканію-Нову, Фальц-Фейн почав втілювати свої задуми. Для збереження та збільшення чисельності рідкісних видів Фрідріх Едуардович започаткував нововведення, зокрема вільне випасання в степу та напіввільне утримання тварин у просторих вольєрах.

Власне, історія відомого нині на весь світ зоопарку розпочалась 1887 року, коли Фальц-Фейн у своєму маєтку створює зоопарк та ботанічний парк. За наказом Фрідріха Едуардовича в Асканії прорили 70-метрові свердловини, поставили потужні насоси – і в засушливій місцевості з'явилась вода. Пізніше, за сприяння Фальц-Фейна, до Асканії-Нової було проведено телеграф, телефон, електричне освітлення, збудовано пошту, лікарню, зібрано багату бібліотеку.

Свій унікальний зоопарк, колекцію птахів та копитних Фрідріх Фальц-Фейн формував протягом 1874–1916 рр. На волі та в напіввільних умовах він підтримував і вивчав 52 види ссавців та 208 видів птахів, натуралізував бабаків, сайгаків, козуль. Із Монголії завіз дикого коня Пржевальського і першим у світі отримав від нього приплід, чим зберіг вид від вимирання. Першим у російській імперії та другим у Європі отримав пташенят африканського страуса, нанду, ему. Учений-натураліст вивчав біловезьких зубрів й сприяв збереженню цього виду тварин.

Фрідріх Едуардович заснував та облаштував дивовижний дендропарк (28 га) у ландшафтному стилі на штучному зрошенні. У дендропарку упродовж 1885–1902 рр. було висаджено 220 видів листяних та хвойних порід, які поливали через систему струмків. Дендропарк був заселений різними співучими птахами. Парк є пам'яткою садово-паркової архітектури ХІХ ст., нагороджений золотою медаллю на всесвітній виставці у Парижі (1889 року).

Першим у світі Фальц-Фейн вилучив із господарського використання ділянки степу та організував резерват. Навколо нього ввів зонування: до периметра резервату примикали сіножаті, за ними йшли пасовища, а потім орні землі. Ділянки охоронного природного комплексу стали ядром сучасного Біосферного заповідника «Асканія-Нова».

У 1890 р. відчинив двері для відвідувачів краєзнавчий музей, заснований Ф. Е. Фальц-Фейном. Фактично він створив у Херсонському степу науковий інститут, який займався вивченням та збереженням природи краю. На кошти родини Фальц-Фейнів утримувались різні благодійні проєкти для мешканців губернії.

З 1890 року в зоопарку розпочалась науково обґрунтована акліматизація тварин. Фрідріх Едуардович поставив собі за мету повернути в українські степи дикого коня замість тарпана, котрий на той час уже був знищений як вид. Фальц-Фейн організував три експедиції до Монголії. Наслідком його активної позиції стало збільшення популяції коней Пржевальського у зоопарках світу, стадо яких через століття зросло до 400 коней.

Фальц-Фейн першим у російській імперії почав розводити страусів. В Асканії-Новій з'явилися велетенські мешканці американських прерій бізони та зубри, що були завезені з Біловезької Пущі. Під час акліматизації ці два види дали нове потомство – зубробізонів. Поряд із корінними мешканцями степу, сайгаками й степовими оленями, почали проживати різні види африканських антилоп і зебр. Приклад Фрідріха наслідували і його брати, заповідавши у своїх маєтках по сусідству ще 3 ділянки на 45 десятин. Крім того, заповідний статус отримала і його діброва Налибоки в Білорусі.

Крім природоохоронної діяльності, Ф. Е. Фальц-Фейн активно захоплювався археологією, проводив розкопки курганів, колекціонував предмети старовини. Поширювалось коло інтересів Фальц-Фейна і на вивчення історії. Він постійно прагнув до знайомств із новими цікавими науковцями, талановитими вченими та експериментаторами, вів листування з ними, запрошував до співпраці, підтримував їх починання, часто бував ініціатором багатьох наукових справ.

Фрідріх Фальц-Фейн активно займався і громадською діяльністю. Він – гласний Таврійського губернського та Дніпровського повітового земських зібрань, член та керівник різних земських комісій, почесний мировий суддя Дніпровського повіту, опікун низки навчальних закладів, член Обліково-позичкового комітету Херсонського відділення Державного банку із сільськогосподарських кредитів, член ряду сільськогосподарських, краєзнавчих, природоохоронних товариств і громад натуралістів-природознавців.

Тяжкими були часи для існування зоопарку та ботанічного саду на початку ХХ ст. У 1905 році в Таврійській губернії розпочались масові селянські виступи. Було розграбовано й спалено багато маєтків, у тому числі порт Хорли, Преображенка, Дофіно, Дарівка, що належали родині Фальц-Фейнів. Турбуючись про долю Асканії-Нової, Фальц-Фейн випросив у таврійського губернатора двадцять козаків. Вони й урятували унікальні об'єкти від загибелі. Заклики Ф. Е. Фальц-Фейна до охорони зоопарку були підтримані багатьма видатними людьми та організаціями.

Рятуючи своє творіння, Фрідріх Едуардович мало турбувався про власну безпеку. Уже восени 1917 року його заарештувала московська надзвичайна комісія (НК), звинувативши у шпигунстві. Лише завдяки заступництву вчених його звільнили в 1918 р. Фрідріх Едуардович емігрував до Німеччини (Берлін), де дізнався про загибель майже всієї родини, навіть 84-річну матір Софію Богданівну більшовики розстріляли.

У лютому 1919 р. Ф. Е. Фальц-Фейн виступає з доповіддю про заповідник в Асканії-Новій на засіданні німецької природоохоронної комісії Г. Конвенца. У той же час з Батьківщини надходять сумні звістки про розграбування зоопарку. На початку січня 1919 року добровольча армія, що охороняла маєток, була роззброєна, а грабіжники почали розкрадати майно маєтку, корми для худоби та птахів, запаси збіжжя.

Відомо, що втрати, життя без рідної Асканії-Нової, без природи сильно гнітило його. Помер Фрідріх Едуардович у німецькому санаторії Бад Кіссенген 2 серпня 1920 року у віці 57 років від серцевого нападу. Похований у Берліні, на старому цвинтарі Дванадцяти апостолів. На могильному камені із зображенням двох степових орлів висічено напис: «Тут спочиває знаменитий засновник Асканії-Нової».

Справа життя Фрідріха Едуардовича Фальц-Фейна – зоопарк та ботанічний сад – пережили свого творця. Декретом від 03 лютого 1921 року маєтки Фальц-Фейна Асканія-Нова та Доренбург були оголошені Державним заповідником УРСР. Метою створеного заповідника Асканія-Нова було визначено збереження та вивчення природи, збереження, акліматизація та вивчення в умовах степу великої кількості видів тварин та рослин, розмноження тварин, що мають промислове значення. Для здійснення цих завдань при заповіднику було створена наукова степова станція, зоопарк, ботанічний сад, зоотехнічна станція з племінним господарством, фітоселекційна станція. У декреті наголошувалось на виключному міжнародному значенні заповідника та результатів його роботи.

У роки Другої світової війни частина тварин зоопарку була вивезена до Німеччини, а племінні стада тварин інституту Асканії-Нової були евакуйовані на Кавказ. Завдяки надзусиллям співробітників інституту вдалось врятувати племінний потенціал.

У квітні 1994 р. заповіднику присвоєно ім'я Ф. Е. Фальц-Фейна. Біосферний заповідник «Асканія-Нова» – візитівка, гордість і природне диво України завдяки великому природоохоронцю й меценату Фрідріху Едуардовичу Фальц-Фейну.

Матеріал подано за джерелами:

1. Відомі незнайомці: творець заповідної Асканії Фрідріх Фальц-Фейн. *Суспільне. Новини*. 26 вересня 2021 р. URL: <https://suspilne.media/166788-vidomi-neznajomci-tvorec-zapovidnoi-askanii-fridrih-falc-fejn/>.

2. Ганкевич В. Ю., Задерейчук А. А. Фальц-Фейн Фрідріх-Якоб Едуардович [Електронний ресурс]. *Енциклопедія історії України: Т. 10: Т-Я* / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін.; НАН України; Інститут історії України. Київ: Вид-во «Наукова думка», 2013. URL: http://www.history.org.ua/?termin=Falts_F_F.

3. Калейдоскоп знаменних дат на 2023 рік: інформ.-бібліогр. матеріали [уклад.: С. Бадрук, Г. Буркацька, В. Вовк, Ю. Круть; ред.: В. Кучерява, Н. Лінкевич]; Держ. б-ка України для юнацтва. Київ, 2022. 113 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/1ops8sHzNZyJWR9Yn7wpGZzBgFMOgcMbW/view>.