

СОЦІОЛОГІЯ

УДК 316.75+159.923.2+172.4]:355.01(470:477)
DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v056.2025.27>

О. А. Безрукова

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4305-6218>

*доктор соціологічних наук, доцент,
завідувач кафедри галузевої соціології факультету соціології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

О. Ю. Вілкова

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7191-7102>

*кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри галузевої соціології факультету соціології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

«МІЛІТАРІ ДВІЖ» ЯК НОВІТНЯ СУБКУЛЬТУРА ВОЄННОГО ЧАСУ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Сучасні суспільні процеси, що відбуваються в Україні під впливом війни, спричинили масштабні зміни у соціальній структурі, системі цінностей та формах громадської взаємодії. Ці трансформації сприяли появі нових типів об'єднань і соціальної активності, що впливають на культурні орієнтири та громадянську ідентичність. Одним із найпомітніших феноменів цього періоду став так званий «мілітарі двіж» – своєрідний соціокультурний простір, який інтегрує елементи субкультури, волонтерського руху, інформаційного активізму та форм неформальної самоорганізації в умовах війни.

Це явище об'єднує осіб, які поділяють спільні ідеали, моральні орієнтири та патріотичні цінності, пов'язані із захистом держави, підтримкою Збройних сил і громадською участю. Його унікальність полягає в тому, що «мілітарі двіж» виходить за межі класичного розуміння субкультур – це не лише стиль чи поведінка, а радше цілісний соціальний феномен, що впливає на процеси самоідентифікації, суспільну солідарність та культурну динаміку.

Дослідження феномену «мілітарі двіжу» має вагоме теоретичне та практичне значення, адже дозволяє зрозуміти, як у період війни відбувається переосмислення колективної ідентичності та виникають нові способи соціальної інтеграції. У воєнних умовах люди шукають нові механізми самовираження, солідарності та підтримки – і саме «мілітарі рух» стає для багатьох формою соціальної адаптації та символічного об'єднання.

Застосування соціологічного підходу до аналізу цього явища дає змогу розкрити його

соціальні, культурні й комунікативні виміри: структуру спільноти, символічні практики, систему цінностей і способи взаємодії між її учасниками. Таке дослідження допомагає зрозуміти, які зміни відбуваються у суспільстві під впливом війни та як вони формують нові форми громадянської активності й колективної солідарності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика субкультур і мілітаризації суспільного життя активно розглядається у сучасній соціологічній теорії в контексті трансформаційних процесів, що відбуваються під впливом війни. Українські та зарубіжні дослідники зосереджують увагу на ролі військового досвіду як чинника формування нових форм колективної ідентичності, солідарності та суспільної інтеграції. У працях П. Штомпки, Е. Дюркгейма, М. Мафесолі, С. Гантінгтона та інших вчених обґрунтовано ідею про те, що соціальні потрясіння породжують появу нових символічних спільнот, у яких взаємодія між індивідуальним та колективним набуває нових смислів. В українському контексті ця тематика розвивається у дослідженнях О. Донія, В. Іщенко, Н. Черниш, які аналізують трансформацію громадянського суспільства та нові прояви субкультурності в умовах війни. Окремий напрям становлять публікації, присвячені мілітарним практикам та їхньому впливу на молодіжне середовище, медіапростір і формування патріотичної ідентичності. Сукупність цих підходів дозволяє розглядати «мілітарі двіж» як соціокультурне явище, що поєднує ознаки субкультури, руху самоорганізації та символічного спротиву в умовах воєнного часу.

Мета статті – з'ясування того, чи виступає «мілітарі двіж» короткочасною реакцією на воєнну реальність, чи він формується як стійка субкультура, що може мати тривалий вплив на соціальну структуру та ціннісну систему українського суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Субкультури становлять важливу складову соціального життя, оскільки вони не лише відображають особливості групової самоідентифікації, а й виконують низку ключових функцій у суспільстві. Вони можуть проявлятися як форми протесту проти домінантних норм і цінностей або ж як способи адаптації до мінливих соціальних умов. Завдяки цьому субкультурні спільноти створюють простір для альтернативного самовираження, соціальної інтеграції та психологічної підтримки в періоди суспільних змін.

Дік Хебдідж наголошував, що стиль у субкультурі є своєрідною мовою символічного опору панівним соціальним нормам. На його думку, зовнішні атрибути – одяг, зачіска, манера поведінки – є не просто естетичними виборами, а формою соціального висловлювання, що демонструє незгоду з усталеними моделями культури. Так, панк-рух 1970-х років у Великій Британії став своєрідною реакцією на економічну кризу, безробіття та соціальну апатію: яскраві зачіски, ланцюги та шкіряні куртки символізували відмову від споживачьких цінностей [8, с. 7–12].

Французький соціолог Мішель Мафесолі запропонував поняття «неотрайбализму», підкреслюючи, що сучасні субкультури об'єднують людей не лише за інтересами, а й на основі спільних емоційних переживань та відчуття приналежності до певного «племени». Такі групи формують нові типи соціальних зв'язків й солідарності, які частково замінюють традиційні інституційні структури [11, с. 78].

Інший підхід до аналізу субкультур запропонував Девід Брейк, який розглядав їх як механізми соціальної адаптації, особливо для молоді. На його думку, у періоди економічних і політичних криз субкультури стають «буферними зонами», де молоді люди можуть осмислити власне становище, знайти підтримку і засоби самореалізації. Наприклад, формування субкультури скінхедів у Великій Британії було пов'язане із соціально-економічною нестабільністю, а спільні елементи стилю та поведінки допомагали молоді зберегти відчуття єдності [6, с. 34; 8, с. 123–141].

Згодом багато субкультур, що виникали як антисистемні чи протестні рухи, втрачали свою радикальність через процес комерціалізації.

На це звертали увагу Фаррел, Хайвард та Йанг, які описували перехід субкультур від девіантних практик до масової культури. Панк-естетика, наприклад, із часом перетворилася на частину модної індустрії, де символи протесту стали товаром, позбавленим свого первісного значення [7, с. 297–312].

У цифрову епоху подібні процеси набувають нових форм. За спостереженнями Беннетта та Кан-Харіс, сучасні субкультури дедалі частіше існують у віртуальному середовищі – у соцмережах, блогах, онлайн-спільнотах. Такі цифрові простори стають платформами як для альтернативної комунікації, так і для комерціалізації: субкультурні мотиви швидко перетворюються на частину масової культури, втрачаючи свою автентичність [5, с. 917–933].

В українському контексті субкультури також виконують важливі соціальні функції, особливо в умовах воєнного стану. Як зазначає Глінська, сучасні українські субкультури набувають патріотичного характеру, військова тематика стає ключовим елементом ідентичності для молодіжних об'єднань. Волонтерські спільноти, ветеранські організації та мілітарі-хаби функціонують не лише як культурні осередки, а й як середовища соціальної підтримки, де формується почуття єдності та продовжується соціалізація ветеранів [1, с. 8].

Таким чином, субкультури можна розглядати як важливі соціальні механізми, що поєднують елементи протесту, солідарності та адаптації. Вони сприяють формуванню нових ціннісних орієнтирів, створенню колективної ідентичності та підтримують соціальну інтеграцію в умовах суспільних змін. В українських реаліях ці функції набувають особливої ваги в межах патріотичних та мілітарі субкультур, які стають не просто культурними практиками, а соціальними інститутами, що впливають на процеси національної консолідації.

Війна є одним із найпотужніших чинників, що впливають на соціальну структуру, колективну ідентичність і культурну динаміку суспільства. Починаючи з 2014 року, в Україні формується специфічне явище, яке отримало назву «мілітарі двіж» – неформальний рух, заснований на досвіді військових, які брали участь у бойових діях на сході країни. Спочатку ця спільнота мала закритий характер й складалася переважно з учасників бойових підрозділів, що прагнули підтримувати побратимські зв'язки та утверджувати власну ідентичність через символіку, атрибутику й стиль життя.

Початок повномасштабного вторгнення у 2022 році став переломним моментом у розвитку руху. «Мілітарі двіж» вийшов за межі

військових середовищ та перетворився на більш широкий соціокультурний феномен, який об'єднав військових, волонтерів і цивільних громадян, що ідентифікують себе з патріотичними цінностями. Розширення цього руху сприяло появі нових форм соціальної взаємодії, популяризації військової естетики та становленню окремого культурно-комерційного сегменту, де камуфляж, символіка ЗСУ та патріотичні гасла стали елементами моди та самоідентифікації.

Сам термін «мілітарі двіж» активно поширився завдяки соціальним мережам, де він став маркером спільноти, що поєднує військову культуру й громадський активізм [17]. У ньому поєднуються дві складові: слово «мілітарі» відсилає до військового стилю життя, дисципліни та служіння, тоді як «двіж» – це елемент молодіжного сленгу, який підкреслює неформальність, енергійність та самоорганізацію учасників.

Перші прояви цього середовища можна простежити ще у 2014–2017 роках – у період, коли активно формувалися ветеранські спільноти, страйкбольні команди та військово-патріотичні ініціативи. Однак саме події 2022 року дали поштовх до перетворення цього руху на розгалужене соціокультурне явище. Всеохопна мобілізація суспільства, піднесення ролі Збройних сил України та поширення ідей національної оборони сприяли утворенню мережі взаємопов'язаних спільнот, орієнтованих на військову культуру.

Одним із прикладів інституціоналізації «мілітарі двіжу» став мілітарі-хаб «Двіж» Третього армійського корпусу, який виконує функції комунікаційного центру між військовими та цивільним населенням, а також займається популяризацією служби, проведенням освітніх заходів та рекрутинговою діяльністю [3]. До подібних ініціатив можна віднести діяльність Comrany Group, яка розвинула напрям виробництва мілітарі-мерчу, поєднуючи комерційний аспект із волонтерською підтримкою фронту.

Важливо, що «мілітарі двіж» охоплює не лише військових – до нього долучаються волонтери, медики, інструктори, представники громадського сектору й цивільні, які поділяють ідеї самооборони, професіоналізму та взаємопідтримки. Така багатовимірність сприяє формуванню спільноти, що поступово набуває ознак нової соціальної групи з власною ідеологією, символами та культурними практиками.

Однією з характерних рис розвитку руху є його самоорганізований характер. Хоча діяльність спільнот часто має військове коріння, їхня структура ґрунтується на горизонтальних зв'яз-

ках, неформальній взаємодії та спільних цінностях. Основу руху становлять учасники бойових підрозділів – таких як Третій армійський корпус, Сили спеціальних операцій «Азов», підрозділи СБУ тощо. Ці спільноти зберігають військову організованість, що водночас посилює їхню єдність і забезпечує ефективну взаємодію.

Соціальні медіа відіграють визначальну роль у формуванні та поширенні «мілітарі двіжу». Платформи YouTube, Telegram, Instagram стали ключовими каналами комунікації, де створюється контент, спрямований на підтримку армії, обмін досвідом і формування суспільного іміджу військового. Прикладом є діяльність команди Третього армійського корпусу «Двіж», яка за допомогою відеоінтерв'ю, мемів і освітніх матеріалів популяризує військову культуру серед цивільного населення [2].

Значне місце в межах цього руху займає феномен мілітарі-брендів. Наприклад, Comrany Group, що спочатку створювала символічний одяг для внутрішньої спільноти, з часом перетворилася на стійку бізнес-структуру, яка не лише фінансує підрозділи, а й формує новий тип патріотичної моди [14]. Для багатьох учасників носіння такого мерчу має етичне значення: воно сприймається як вияв відповідальності за ідеї, що символізує одяг [15].

Таким чином, «мілітарі двіж» постає як нова форма соціальної самоорганізації, що виникла у відповідь на воєнні виклики та поступово перетворюється на інституціоналізовану субкультуру, інтегровану у культурне, економічне й комунікативне поле українського суспільства.

Однією з ключових характеристик «мілітарі двіжу» є переосмислення поняття героїзму та військової доблесті. На відміну від традиційного образу «героя-визволителя», що часто ідеалізується у масовій культурі, представники руху акцентують увагу на професіоналізмі, дисципліні та щоденній праці без надмірної патетики. Для учасників «двіжу» війна – це не романтизований подвиг, а складна, виснажлива робота, яка потребує стійкості, самоконтролю та відповідальності [10]. Такий підхід формує нову етику героїзму, засновану не на емоційній екстазії, а на практичній ефективності та внутрішній гідності.

Важливою складовою феномену є діяльність локальних спільнот і спеціалізованих ініціатив. Наприклад, платформа PSDinfo демонструє, як навколо певних бойових підрозділів формується субкультура професіоналів, зорієнтована на розвиток тактичних навичок, обмін знаннями, взаємну підтримку та навчання нових учасників [13]. Такі осередки виступають не лише як інформаційні центри, а й як місця консоліда-

ції, де формується особлива культура довіри та взаємодопомоги.

Характерною особливістю «мілітарі двіжу» є поєднання патріотичних та економічних практик. Хоча певні ініціативи мають ознаки підприємницької діяльності, їхня мета не зводиться до отримання прибутку. Наприклад, такі проекти, як *Companu Group* чи *Двіж*, спрямовують частину доходів на підтримку військових підрозділів і розвиток соціально значущих програм. У такий спосіб формується новий тип соціально відповідального бізнесу, що ґрунтується на етиці військової солідарності та культурі взаємної підтримки.

Таким чином, «мілітарі двіж» не можна розглядати лише як патріотичний або ветеранський рух. Це складне, багаторівневе явище, що об'єднує бойовий досвід, волонтерство, медіаактивність, громадську участь і культурні практики. Його унікальність полягає у тому, що він не лише реагує на умови війни, а й формує нову соціальну реальність – середовище військово-громадянської інтеграції, де зникають межі між фронтом і тилом.

Ще однією принциповою рисою «мілітарі двіжу» є антиєрархічність внутрішньої організації. Попри військове походження та дисципліну, усередині руху домінують горизонтальні форми взаємодії, засновані на довірі, взаємоповазі та визнанні компетентності. Формальні звання або статуси тут не відіграють визначальної ролі – набагато важливішими є реальний досвід, професіоналізм та внесок у спільну справу.

Крім того, рух характеризується високою мобільністю: учасники часто переходять між різними напрямками діяльності – від бойових підрозділів до інструкторських, медичних чи волонтерських ініціатив. Така мережевість забезпечує стійкість спільноти до зовнішніх змін і втрат, дозволяючи зберігати функціональність навіть у кризових ситуаціях.

Психологічна складова «мілітарі двіжу» заслуговує на окрему увагу. Учасники руху, зокрема ті, хто з'являється в інтерв'ю на YouTube-каналі «Двіж» або в проєктах, пов'язаних із Третім армійським корпусом, неодноразово наголошують на важливості вміння знаходити сенс навіть у трагічних обставинах [2]. Для багатьох з них участь у спільноті є способом психологічної реабілітації – через обмін досвідом, гумор, підтримку побратимів і переосмислення власних втрат.

Таким чином, «мілітарі двіж» можна розглядати не лише як соціальний рух, але й як систему колективної психологічної підтримки, що допомагає долати наслідки бойового дос-

віду. У цьому сенсі інформаційні платформи на кшталт «Двіжу» відіграють роль не просто медіаресурсів, а інструментів підтримки стійкості та комунікації між членами військової спільноти.

Канал «Двіж» поступово виходить за межі первісної мети – інформування про діяльність Третього армійського корпусу – й перетворюється на платформу для ширшого українського мілітарного ком'юніті. У ньому об'єднуються військові, ветерани, волонтери та цивільні, які поділяють ідеї військової культури та відповідальності. Інтерв'ю, подкасти та відеоісторії, що з'являються на каналі, сприяють формуванню спільного інформаційного простору, де відбувається обмін досвідом і розбудовується спільна ідентичність.

У підсумку, «мілітарі двіж» постає як динамічна форма соціальної самоорганізації, яка виконує одночасно культурну, інтеграційну, психологічну та комунікативну функції. Його розвиток свідчить про формування нової системи цінностей, де поєднуються професіоналізм, взаємодопомога, етична відповідальність та готовність до самопожертви заради спільного блага.

Феномен «мілітарі двіжу» має як унікальні, так і універсальні риси, що дозволяє порівнювати його з подібними соціальними явищами в інших країнах. Таке порівняння допомагає краще зрозуміти специфіку українського досвіду та механізми соціальної інтеграції ветеранів і військових у суспільне життя.

Однією з головних спільних ознак є формування горизонтальних мережевих спільнот, які базуються на спільному бойовому досвіді та солідарності. У цьому аспекті український «мілітарі двіж» має подібність до американського руху ветеранів *Team Rubicon*, створеного для надання допомоги під час гуманітарних катастроф і кризових ситуацій [16]. Як і українські учасники «двіжу», члени *Team Rubicon* підкреслюють важливість братерства, дисципліни, відповідальності та суспільної користі.

В Ізраїлі існує усталена культура резервістів, тобто колишніх військовослужбовців Армії оборони Ізраїлю (IDF), які регулярно повертаються до служби для виконання бойових або тренувальних завдань. Система резерву формує соціальну модель постійної оборонної готовності, у межах якої колишні військові залишаються інтегрованими в суспільство, зберігаючи високий рівень професійних навичок і дисципліни [12, с. 216–238]. Ветерани активно застосовують свій досвід у бізнесі, освіті, технологічних стартапах та політиці, створюючи своєрідну «резервістську культуру», у якій військові цінності поєднуються з цивільною активністю.

Інший показовий приклад – благодійна організація Help for Heroes, заснована у 2007 році у Великій Британії для допомоги пораненим військовим і ветеранам. Її діяльність зосереджена переважно на фізичній та психологічній реабілітації, професійній перепідготовці та підтримці ветеранів у мирному житті. Програми цієї організації спрямовані на інтеграцію ветеранів у суспільство без прямої участі у політичних чи військових процесах [9]. На відміну від українського «мілітарі двіжу», де військові та волонтери залишаються активно залученими до соціальних процесів навіть після демобілізації, Help for Heroes орієнтована на поствоєнну адаптацію без залучення до громадянських рухів.

Попри наявність спільних елементів, український «мілітарі двіж» має низку відмінних рис, які визначають його унікальність. Насамперед, він виник у період активної війни на власній території, тоді як більшість подібних рухів у США, Великій Британії чи Ізраїлі формувалися вже після завершення основних бойових дій або під час стабільного мирного періоду. Це означає, що українські учасники продовжують бути безпосередніми учасниками бойових процесів, поєднуючи військову та громадську діяльність у реальному часі.

Другою унікальною рисою є гібридний характер руху. Український «мілітарі двіж» одночасно виконує кілька функцій: військову (участь у бойових діях), соціальну (волонтерство та просвітництво), економічну (створення мілітарі-брендів і підтримка армії), культурну (розвиток символіки, естетики, контенту). Це не лише ветеранська організація, а мережа, що поєднує фронт і тил, військове й цивільне життя.

Третьою особливістю є широка участь цивільного населення, яке інтегрується у військове середовище через волонтерські, медійні або освітні ініціативи. Цей аспект формує нову модель «всеохопної оборони», де межа між бойовими та цивільними ролями поступово розмивається.

Ще однією важливою відмінністю є критичне ставлення до романтизації війни. Якщо в деяких західних культурах ветеранські спільноти активно культивують героїчні образи, то в українському «мілітарі двіжі» переважає прагматичний, професійний підхід. Війна розглядається як реальність, що потребує компетентності, стійкості й відповідальності, а не як джерело патетичних наративів. Такий підхід сприяє формуванню більш зрілої суспільної культури та зменшенню ризику міфологізації військового досвіду.

Для глибшого розуміння соціальних характеристик і символічних аспектів феномену «мілі-

тарі двіжу» було проведено емпіричне дослідження, яке поєднувало якісні та кількісні методи аналізу [4]. Методологічна рамка включала інтент-аналіз медіаконтенту (відеоінтерв'ю, подкастів, соціальних мереж) та глибинні інтерв'ю з представниками різних груп, залучених до руху. Такий підхід дав змогу дослідити як публічні репрезентації «двіжу», так і особисті інтерпретації його учасників.

Метою дослідження було виявлення того, як учасники «мілітарі двіжу» визначають власну ідентичність, які смисли вони вкладають у свою участь, які цінності, мотиви та соціальні ролі для них є ключовими.

В межах аналізу було відібрано 10 відеоінтерв'ю та подкастів, опублікованих на платформі YouTube, що висвітлюють досвід військових, волонтерів, інструкторів і медійників, пов'язаних із «мілітарі двіжем». Основними критеріями відбору стали: наявність тем бойового досвіду, патріотизму, колективної солідарності, гумору як форми адаптації, а також ознаки комерціалізації руху.

Додатково було проведено серію глибинних інтерв'ю з респондентами, які представляють різні сегменти спільноти – ветеранів, волонтерів, лідерів думок і цивільних учасників. Збір матеріалів здійснено магістранткою факультету соціології О. Пастух [4].

Результати аналізу свідчать, що «мілітарі двіж» є новітньою українською субкультурою, яка виникла в умовах війни як форма соціальної адаптації, самоорганізації та символічного протесту. Ця субкультура виконує кілька важливих функцій: інтеграційну, комеморативну, комунікативну та психологічну. Вона сприяє формуванню нової колективної ідентичності, але водночас стикається з викликами комерціалізації та ризиком втрати автентичності.

Феномен можна розглядати як поєднання протестної та неутрайбальної субкультурної моделі. З одного боку, він є формою опору домінантним соціальним нормам (у розумінні Хебдіджа), а з іншого – спільнотою емоційного типу (за Мафесолі), де цінності, ритуали, символи та гумор виступають засобами згуртування.

Символічний вимір «двіжу» проявляється у використанні патчів, нашивок, шевронів, камуфляжу, мемів та жартів, що виконують функцію культурних маркерів належності. Водночас чорний гумор і саркастичні вислови виступають механізмом емоційної розрядки та способом подолання травматичного досвіду.

Ключовими цінностями учасників залишаються патріотизм, самопожертва, професіоналізм й солідарність. У респондентських вислов-

люваннях чітко простежується мотивація, що ґрунтується не на матеріальних вигодах, а на моральному обов'язку, відповідальності перед побратимами й суспільством. Усі респонденти підкреслювали значення братерства, взаємної підтримки та колективного досвіду як головних об'єднавчих чинників.

Аналіз показав, що спільноту «мілітарі двіж» можна умовно поділити на три основні категорії:

1. Ветерани та діючі військові, які є ядром руху та головними творцями контенту. Вони формують базові цінності, символи та комунікативні коди руху.

2. «Посередники» – волонтери, журналісти та цивільні симпатички, які поширюють інформацію, організовують збори, висвітлюють події та підтримують армію через соціальні мережі.

3. Родини загиблих військових, які відіграють важливу роль у комеморативному вимірі руху, нагадуючи про втрати та водночас зберігаючи пам'ять про героїв. Їхні історії використовуються для зміцнення колективної пам'яті й формування спільних ціннісних орієнтирів.

На основі аналізу можна виокремити кілька ключових функцій:

- Адаптаційна: допомагає військовим, ветеранам і цивільним інтегруватися у нові соціальні реалії війни.

- Комеморативна: зберігає пам'ять про загиблих, підтримує традиції вшанування героїв.

- Комунікативна: формує горизонтальні зв'язки між різними групами суспільства.

- Психологічна: сприяє стабілізації емоційного стану учасників через взаємопідтримку, гумор і спільні ритуали.

Висновки. Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що «мілітарі двіж» в українському суспільстві сформувався як новітня субкультура, яка виникла в умовах війни та інтегрує елементи військової культури, громадської активності та молодіжних практик. На відміну від традиційних субкультур, його особливість полягає у поєднанні бойового досвіду, волонтерства, медійної активності та комерційних ініціатив, що разом формують нову систему цінностей та символів. Важливим чинником розвитку руху стала війна як каталізатор колективної мобілізації та солідаризації, формування нових горизонтальних спільнот.

«Мілітарі двіж» виконує водночас функції опору, інтеграції та адаптації, що робить його унікальним феноменом для аналізу соціальних змін у воєнному суспільстві. Його існування свідчить про трансформацію української соціальної структури, в якій військова культура, громадська активність та національна свідомість зливаються в єдину систему цінностей, що визначатиме майбутній розвиток суспільства.

Одночасно він стає простором комерціалізації, що сприяє поширенню військової естетики у культурі та моді, але містить ризик втрати автентичності та редукції ціннісного змісту до поверхневих стилізацій.

Таким чином, «мілітарі двіж» можна розглядати як унікальне соціокультурне явище сучасної України, яке відображає процеси суспільної трансформації в умовах війни. Його існування засвідчує здатність субкультур не лише виконувати роль протесту чи самовираження, але й виступати механізмом соціальної адаптації, консолідації та підтримки національної ідентичності. Подальші дослідження цього феномену є перспективними для розуміння соціальної динаміки та культурної інтеграції в українському суспільстві після війни. Цікавими подальшими розвідками можуть стати такі аспекти «мілітарі двіж»: актуальним напрямом дослідження може бути його можливі трансформації після війни – чи збережеться ця субкультура, як зміниться зміст виокремлених нами функцій. Гендерний компонент – оскільки все більше жінок долучаються безпосередньо до війська, активно залучені до волонтерської діяльності, то й дослідження ролі жіноцтва, формування нових образів та «ідеалів» сучасної жінки є перспективним напрямом для подальшого вивчення даної субкультури по завершенню війни. Яким чином комерціалізація символів даної культури сприятиме формуванню нових ідентичностей чи руйнуванню стереотипів, «героїзації» та «романтизації» війни. Аналіз візуальних та текстових практик, що наразі виконують свої соціальні функції – чи набудуть вони нових кодів, сенсів, естетики чи залишаться такими, якими є наразі. Тож наявне дослідження та перспективи його розгортання роблять внесок у розуміння того, як війна трансформує соціальні практики, породжує нові культурні форми та змінює структуру ідентичностей.

Література

1. Глінська В. Молодіжні субкультури в сучасній Україні. Черкаси: Черкаський державний бізнес-коледж, 2023. URL: <http://78.137.2.119/documents/student/110424.pdf#page=8>.
2. ДВІЖ. Перший мілітарі-хаб на YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@dvizh.2.0>.
3. Ранок Вдома. Мілітарі-хаб «Двіж»: що це і як працює? Говоримо з Данилом Білим. YouTube-канал. 2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ERMSgNxT-4I&t=33s>.
4. Пастух О. С. Мілітарі двіж: ознаки та передумови формування новітньої субкультури : квалі-

фікаційна робота : 054 Соціологія / Пастух Олександр Сергійович; наук. кер. О. Ю. Вілкова. Київ, 2025. 92 с. URL: <https://ir.library.knu.ua/entities/publication/228ed3ca-c910-403f-9cf8-7896f5c58864>.

5. Hebdige D. Subculture: The Meaning of Style. London: Routledge, 1979. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315016016>.

6. Bennett A., Kahn-Harris K. Subcultural Theory: Traditions and Concepts. *Deviant Behavior*. 2013. Vol. 34, № 11. С. 917–933. DOI: <https://doi.org/10.1080/01639625.2013.859049>.

7. Brake M. Comparative Youth Culture: The Sociology of Youth Cultures and Youth Subcultures in America, Britain and Canada. London: Routledge, 1985.

8. Ferrell J., Hayward K., Young J. The Theoretical Foundations of Cultural Criminology. In: Ferrell J., Hayward K., Morrison W., Presdee M. (Eds.) *Cultural Criminology Unleashed*. New York: Springer, 2006. С. 297–312. DOI: https://doi.org/10.1007/0-387-34576-0_14.

9. Help for Heroes. About Us. URL: <https://www.helpforheroes.org.uk/about-us/>.

10. hydra_group. Instagram-публікація. 2025. URL: https://www.instagram.com/p/DGYY_fktZ-d/.

11. Maffesoli M. The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society. London: SAGE Publications, 1996. URL: <https://sk.sagepub.com/book/mono/the-time-of-the-tribes/toc>.

12. Perliger A. The Changing Nature of the Israeli Reserve Forces. *Armed Forces & Society*. 2011. Vol. 37, № 2. С. 216–238. URL: <https://www.jstor.org/stable/48608992>.

13. psd_info. Instagram-публікація. 2024. URL: <https://www.instagram.com/p/DCgVvWitm2U/>.

14. SHOOT SHOOT / ЗНИМАЙ СТІЛЯЙ. «КВЕБЕК» та «МІКО» – про іноземні легіони. YouTube-канал. 2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IGyg5Z27c8Q&t=1602s>.

15. SHOOT SHOOT / ЗНИМАЙ СТІЛЯЙ. «Чому так хочуть худі Company Group та інші таємниці спільноти!» YouTube-канал. 2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bGABIL7Q4Jo&t=26s>.

16. Team Rubicon. Instagram-профіль. 2025. URL: <https://www.instagram.com/teamrubicon>.

17. VATRA. «Мілітарі-двіж Punisher Team: від факультету розвідки до боїв на фронті». Instagram-публікація. 2024. URL: https://www.instagram.com/vatra_ua/p/C3ClyDMIk8z/?img_index=1.

Анотація

Безруківа О. А., Вілкова О. Ю. «Мілітарі двіж» як новітня субкультура воєнного часу в Україні. – Стаття.

У статті досліджено феномен «мілітарі двіжу» як новітнього соціокультурного явища сучасної України, що сформувався в умовах війни та поєднує риси субкультури, волонтерського руху й громадської ініціативи. З'ясовано, що «мілітарі двіж» виконує низку ключових соціальних функцій: інтегративну, комеморативну, адаптаційну та комунікативну. Його учасники – військові, ветерани, волонтери й

цивільні – утворюють горизонтальні спільноти, об'єднані спільним досвідом, цінностями солідарності, професіоналізму та патріотизму. У роботі окреслено процес трансформації руху від замкнених ветеранських груп до відкритого мережевого середовища, що активно впливає на суспільство через соціальні медіа, моду та підприємництво. Методологічну основу становлять інтерв'ю та інтент-аналіз цифрового контенту спільнот «мілітарі двіжу», що дозволило простежити його символічні коди, мовні й візуальні маркери, а також ставлення учасників до війни, героїзму й комерціалізації військової культури. У статті доведено, що «мілітарі двіж» є не лише формою протесту чи самовираження, а й ефективним механізмом соціальної адаптації та підтримки в умовах воєнного часу. Особливу увагу приділено його порівнянню з аналогічними ветеранськими рухами у США, Великій Британії та Ізраїлі, що дало змогу виявити унікальність українського контексту – поєднання активної участі в бойових діях із громадською та культурною діяльністю. Зроблено висновок, що «мілітарі двіж» формується як субкультура нової військової ідентичності, яка впливає на суспільні цінності та моделі громадянської участі. Перспективними напрямками подальших досліджень визначено аналіз гендерного виміру руху та процесів комерціалізації його символів після завершення війни.

Ключові слова: «мілітарі двіж», субкультура, соціальна ідентичність, війна, соціальна адаптація.

Summary

Bezrukova O. A., Vilкова O. Yu. The “Military dvizh” as the modern subculture of wartime in Ukraine. – Article.

The article explores the phenomenon of the “military movement” (militari dvizh) as a new socio-cultural phenomenon in contemporary Ukraine that emerged during wartime and combines features of a subculture, a volunteer movement, and civic initiative. It is revealed that the “military movement” performs several key social functions: integrative, commemorative, adaptive, and communicative. Its participants – soldiers, veterans, volunteers, and civilians – form horizontal communities united by shared experiences and the values of solidarity, professionalism, and patriotism. The study outlines the transformation of the movement from closed veteran groups to an open network environment that actively influences society through social media, fashion, and entrepreneurship. The methodological framework includes interviews and intent analysis of digital content created by “military movement” communities, which made it possible to trace their symbolic codes, linguistic and visual markers, as well as participants’ attitudes toward war, heroism, and the commercialization of military culture. The article argues that the “military movement” serves not only as a form of protest or self-expression but also as an effective mechanism of social adaptation and support in wartime conditions. Particular attention is paid to comparisons with similar veteran movements in the USA, the United Kingdom, and Israel, highlighting the unique Ukrainian

context – the combination of active combat participation with civic and cultural engagement. It is concluded that the “military movement” is forming as a subculture of a new military identity that shapes social values and models of civic participation. Prospective research

directions include the analysis of the gender dimension of the movement and the processes of commercialization of its symbols in the post-war period.

Key words: military movement, subculture, social identity, war, social adaptation.

Дата надходження статті: 07.10.2025

Дата прийняття статті: 18.10.2025

Опубліковано: 15.12.2025