

ДИСКО-КОМУНІКАЦІЯ ЯК ОСОБЛИВЕ МАСОВЕ ЯВИЩЕ

Олег СИНЕОКИЙ

Copyright © 2013

Постановка суспільної проблеми. Можливість чути, аналізувати, насолоджуватись звуковим світом цілої епохи подарував людству грамзапис. Комунікація є однією з важливих форм соціальної взаємодії як на макрорівні (соціальних систем), так і на метарівні (організації), а також мікрорівні (міжособистісне спілкування). Масова комунікація являє собою процес поширення інформації серед широкої аудиторії, тобто становить перебіг непрямої, опосередкованої, інформаційної взаємодії у великих спільнотах. Важливою складовою інформаційної субкультури є звукова культура або аудіокультура, що охоплює історію звукозапису (диско-рекордингу) як напрямку у вивченні загального процесу звукового відображення дійсності та організацію комунікативного обміну музичною аудіоінформацією.

Актуальність теми даного дослідження пов'язана із недостатнім пізнанням природи комунікаційних механізмів рушійних сил субкультур, розуміння яких може пояснити дію інформаційних впливів і стимулювати їх розвиток у соціально корисному векторі. Вивчення звукозаписувальних комунікацій невіддільне від дослідження матеріальних носіїв музичної інформації взагалі. Сучасна наука визнає звукозапис і фонограму (фонографічний продукт) як основні елементи звукозаписування, або системи відповідних комунікацій. Утім, співвідношення понять “звукозапис” і “рекординг”, до цього часу залишається поза увагою вчених цієї пошукової сфери. Переважно ці поняття існують окремо і розглядаються у різних концепціях переважно як самостійні, хоча й змістово споріднені. Кожне з названих понять заслуговує на глибоке теоретичне осмислення, яке тільки й може дати підставу для їх аргументованого методологічного порівняння і визначення логіко-змістового співвідношення. Аналіз наукової літератури з цієї проблеми, що стосується вивчення диско-

культури показав, що переважна більшість дослідників розробляли музикознавчий, соціологічний, культурологічний, філологічний та історичний її аспекти. Останнім часом феномену рок-культури приділяється значно більше уваги з боку науковців – більшою мірою філософів і соціологів (Г.Б. Власова, Н.Б. Гончарова, О.В. Касьянов, Г.Ю. Квятковський, Н.І. Комарова, І.Л. Набока, І.А. Новіков, І.П. Салтанович, А.Р. Тутушев, М.С. Цапко, І.А. Чижова та ін.). На жаль немає жодного системного дослідження проблематики диско-комунікації з погляду теорії соціальної комунікації. У сучасних глобальних інформаційних умовах феномен диско продовжує залишатися важливим фактором формування електронної культури. Цікавим видається дослідження суспільних причин та обставин становлення і розвитку цього феномену у системі соціальної комунікації в 1970–80-х роках у форматі соціалістичного соціуму.

Цілі, завдання, джерельна база та методологія дослідження. Метою роботи є комплексний розгляд теоретичних і прикладних проблем, пов'язаних з організацією музично-розважальної комунікації, зокрема, в умовах світової соціалістичної системи, та з еволюцією субкультурної відпочинкової взаємодії у фонографічній сфері. *Теоретико-методологічну основу* дослідження становлять загальноприйняті принципи – історизму, наукової об'єктивності, системності при висвітленні історичних фактів у контексті розвитку музичного звукозапису; а також соціально-комунікаційно-інформаційний і діяльнісний підходи до пізнання явищ сфери звукозапису. При аналізі походження і різних значень понять “диско” і “дискотека” використовувалися історико-генетичний та порівняльний методи. Для вирішення конкретних завдань застосовувалися методи історіографічного і термінологічного аналізування, інтерпретації та узагальнення,

бібліографічний і моделювальний. Проведене пошукування базується на репрезентативній емпіричній базі, яку складають, перш за все звуконосії (10 тис. примірників оригінальних вінілових грамплатівок, 8 тис. ліцензійних та контрафактних компакт-дисків, DVD та ін.).

Авторська ідея. Диско-культура – це складне, динамічне, багатомірне явище соціального характеру, яке має коріння в масовій культурі, котра залежить і водночас впливає на останню. Однак дотепер не існує однозначного наукового розуміння терміна “диско-комунікації”, тому це дослідження дає цьому пояснення. Доводиться, що диско як соціальне явище (музичний жанр) є факультативним (танцювальним) компонентом масової комунікації й має особливу інформаційно-комунікаційну природу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Терміном “масовидні явища” позначають стихійну масову чи колективну поведінку, яка зумовлена подібністю психічних станів, настроїв, стереотипів, установок, поведінкових реакцій у рамках життєдіяльності великої соціальної групи, спричинене механізмами зараження, впливу, наслідування, конформізму тощо. Найбільш характерними прикладами масовидних явищ є мода, чутки, релігійні зібрания, масові реакції на рекламу, паніка.

Такі поняття, як “масова культура”, “субкультура” і “контркультура”, хоча й багато в чому перетинаються, за змістом, усе ж не можуть уживатися як тотожні. Термін “масова культура” здебільшого застосовується до аналізу явищ ХХ століття у контексті феноменології засобів масової комунікації, відрізняється спрощеним витлумаченням міжособистісних відносин, розважальною стандартизацією змісту культури. Адже субкультура все-таки є частиною культури (диско-культура), або її окремою підпрограмою (дискотечний рух). У рамках окремих моделей соціальної субкультури вагома роль належить екстравагантним цінностям і формам їх артикуляції, а також нормам, що стосуються мужності й жіночності. Потрібно враховувати, що масова комунікація власних моделей поведінки провокує зміну поведінки суб’єктів у певному соціальному довшілі, у тому числі й у форматі умовного диско-соціуму.

У середині 1970-х років почалася нова фаза рок-революції, пов’язана з появою панк-року, так званої нової хвилі. Що дивно, одночасно виникло таке діаметрально протилежне пан-

кові явище, як диско. За тлумачним словником Т.Ф. Єфремової, диск – це плоске коло або предмет у вигляді плоского кола [8]. З позиції звукового символізму, диск із отвором у середині означає цикл космосу із центром, що символізують порожнечу, трансцендентну та єдину сутність. Водночас існує досить багато інших визначень терміна “диск”. Повний список звукових записів певного виконавця, зазвичай музичних, випущених у різному вигляді в масовий тираж, об’єднаних у єдиний список за ознакою імені, під яким запис поширювався, називають дискографією. До царини останньої зазвичай відносять ті звукозаписи, які були випущені в тому чи іншому вигляді в масовий тираж на будь-яких носіях інформації. Важливою особливістю дискографії є її сортування. Шанувальники музики виокремлюють таку категорію, як обрана дискографія [4]. Тому в нашому випадку під диском пропонуємо розуміти круглий носій музичної звукової інформації, який виготовлений з поліхлорвінілу, що фактично за своїм змістом тотожний поняттю “вінілова платівка”, або “грамплатівка”. Коли мовитиметься про оптичні (цифрові) носії музичної інформації, то вживатиметься інший термін – “компакт-диск”.

Поняття “disco” утворилося як скорочення від французького слова “discotheque” – дискотека. Перекласти це можна, як “сховище дисків”. Примітно, що дискотека виникла набагато раніше власне дискомузики, природу якої розкривають два ключові слова – “джук-бокс” і “диск-жокей”. Умовним прабатьком дискотеки може вважатися джук-бокс – грамофон-автомат, заряджений двома-трьома десятками платівок, що програються на вибір при киданні в щілину дрібної монети. Такий апарат установлювався в кафе або ресторанах. У США джук-бокси увійшли до моди в 1930-ті роки й на межі 1940–50-х років подібні автомати розповсюдилися й у західноєвропейських країнах. Джук-боки розташовувались у дешевих барах і молодіжних кафе та поступово збирали власну аудиторію, репертуар і навіть зірок естради. Саме джук-бокси були головним каналом поширення музики типу ритм-енд-блюз, а пізніше – соул.

До 1948 року вдосконалення звукозаписної техніки призвело до стрімкого розвитку грамофонної промисловості: почали випускатися довгогравальні грамплатівки, переносні програвачі, а музичні аудіозаписи стали мати величезний успіх й користувалися значним

попитом. Деякі автори вказують, що перші дискотеки з'явилися у Франції в середині 1950-х років [7, с. 22–25]. Загалом дискотеками називали нічні заклади, де звучала записана на платівках музика. Отож первинно дискотека стає альтернативою звичайних клубів, де музиканти виконували “живу” музику. Це вже пізніше під терміном “диско” стали розуміти музичний танцювальний стиль із ритмом 100–120 ударів у хвилину. І справді, споконвічно диско-музика призначена не для зосередженого слухання й споглядального сприйняття, а для того, щоб за її звуковим супроводженням танцювати в дискотеці.

Іншими словами, диско-комунікації стрімко стають високоцентралізованою галуззю звукомузичної промисловості, якій притаманна особлива технологічна й фінансова організація і якою управляють професіонали – продюсери й менеджери разом зі штатними авторами мелодій і текстів. Через технічно недосконалу відтворювальну апаратуру до слухачів не доходила вся повнота звучання, все різноманіття фарб виконання музичних творів. Ще на початку 1960-х років проблема високої точності аудіовідтворення безпосередньо була пов'язана із питанням про те, чи повинна була стати довгогравальна грамплатівка потужним провідником мистецтва і культури, або їй призначено бути другорядним засобом додатком до слухання “живої” музики [23, с. 152–154]. Значення цього факту і наслідків, що випливають із нього, легко відстежити в історичній перспективі, що докладно було розкрито ще в 1979 році радянським музичним критиком, музикознавцем, журналістом Л. Переверзевим на сторінках журналу “Ровесник” [25, с. 26–29]. Дискотека відноситься до окремого засобу й способу дозвілленевої діяльності. У закордонному співтоваристві, починаючи із другої половини XX століття, сформувалися теоретичні концепції, що взагалі розглядають дозвілля як складову тимчасового простору, як вид людської життєдіяльності, як психологічний стан людини, як ознаку цілісного способу життя, як сучасне втілення волі, як компенсаційний засіб [26]. Вважається, що саме індустрія дозвілля є найближчою до “глобальної індустрії” [2].

Соціальне самопочуття молоді – один з головних показників розвитку суспільства, що відображає рівень її громадянської свідомості. У країнах Західної Європи хобі як вид дозвілля здобуває особливого поширення в 1970-ті роки. У цей час відкривається багато хобі-

клубів за різними напрямками діяльності. Так, особливу популярність здобувають клуби аматорів музики. Саме від цього формату пізніше відмежувалися диско-клуби. У той час ніхто не міг відвідувати зал диско без того, щоб стати постійним членом клубу користувачів. У диско є офіційний рік народження – 1972-й. Цього року випущена композиція “Love’s Theme” групи LOVE UNLIMITED ORCHESTRA. Вона добралася до самих вершин світових хіт-парадів і увійшла в історію як перша диско-композиція. В 1976–79 роках диско-ритми займали більш, ніж 70% музичних видань західних фірм грамзапису. Приблизно такий же відсоток часу приділявся ними в музичних американських, британських західно-німецьких радіопередачах. В 1977 році піднявся справжній “диско-ураган” як у самих Сполучених Штатах, так і в усьому світі. За два роки кількість цих закладів збільшилася від сотні до 18 тисяч. Із другої половини 1970-х років багато з тих, хто вже вступив у зрілий вік, не могли позбутися спогадів про несправджені сподівання юності, у результаті одним зі способів психологічної компенсації й стали диско-танці “до впаду” [5, с. 56–57]. За визначенням Л. Переверзева, диско – це дитя великого міста, а його колыска – величезні студії звукозапису з найсучаснішим обладнанням [24, с. 26–29]. Д.П. Ухов писав, що рок-музика й диско ніякого особливого антагонізму не мають. Навпаки, обидва стилі генеровані із єдиного музичного кореня – ритм-енд-блюзу, з тією відмінністю, що “диско” скористалося новітнім на той період естрадним різновидом “соул”, тільки відтвореному на електронно-звукових комп'ютерах [33, с. 228–238]. У 1982 році цей дослідник зауважував, що дискотеки облюбували американські гомосексуалісти, тому що профспілки музикантів відмовилися обслуговувати їхні заклади [33, с. 229]. Стаття, що з'явилася в “Дейли-Ньюз” 19 березня 1987 року, аналізує це явище так: “Диско-феномен ставить перед собою конкретну мету: дати змогу випробувати у чистому вигляді “низинні емоції” в атмосфері загальної терпимості. Сексуальні заборони нарешті переможені. Гомо-і гетеросексуали, наркомани знаходять повну волю у ритмі музичного темпу. Це не вид розваги, а спосіб життя, що засмоктує, мов наркотики, що зазвичай супроводжують його. Диско-культура приносить величезні прибутки як її виробникам, так і алкогольній і наркотичній мафіям, які накрили дискотеки своєю павутиною. Використовують це явище й певні

політичні сили, зацікавлені в хаосі суспільства. Усі вони розкручують сатанинську диско-карусель” [12, с. 9–11]. Окремі дослідники стверджують, що диско як особливе соціальне явище виникло в Нью-Йорку в 1973 році у середовищі гомосексуалістів.

Насправді ж масовий попит на диско дійсно спричинили особливі соціальні передумови. Але про соціальний вплив не можна говорити абстрактно, адже він здійснюється по-різному в різних середовищах взаємодії. Ті інформаційні повідомлення, які спрямовані на почуття людини, краще спрацьовують, коли вони передаються аудіовізуальними засобами, оскільки маніпулюють не раціональними доводами, а почуттєвими образами, котрі спрямовуються на те, щоб викликати певний емоційний ефект [16, с. 19]. І справді, з 1977 року, після виходу музичного фільму “Лихоманка суботнього вечора”, у тому числі за допомогою засобів масової інформації, успішно впроваджувався “дискотечний” стереотип поведінки, а сама дискотека уявлялася ідеальним місцем для відходу від реалій повсякденної дійсності [31, с. 226–244].

Спеціально створене середовище переконання є досить розповсюдженим варіантом ситуації соціального впливу. Таким окремим середовищем і стає диско-культура, що має як субкультурні (особливі), так і контркультурні (девіантні) ознаки. Останні за своєю сутністю є проявами адиктивної поведінки, що вказують на зміни психічного стану людини. В. Менделевич визначає адиктивну поведінку як один з типів девіантності із прагненням особи дистанціюватися від реальності шляхом навмисної зміни свого психодуховного стану за допомогою прийняття окремих речовин, або постійної фіксації уваги на певних видах діяльності задля розвитку й підтримки інтенсивних емоцій [15, с. 78]. Деякі інші автори адиктивною (від лат. *addictus* – підкорятися) поведінкою називають глибоку залежність людини від певної непереборної сили – системи чи об’єкта, що вимагають від неї тотальної покірності [13, с. 778]. За останні 30 років відбулося значне поширення адиктивних розладів, урізноманітнилися їхні форми. У зв’язку із цим виникає питання з’ясування особливостей формування адиктивних розладів у молоді, що зумовлені впливом диско-культури. Небезпека полягає у тому, що саме контркультурні моделі поведінки характеризуються особливими засобами й психологічними механізмами їх спрацьовування, що надалі спричиняють про-

цес формування змін сексуальних пріоритетів. Відомий музичний оглядач Сева Новгородцев у книзі “Sex, drugs & rock’n’roll” [21] описує феномен рок-н-рольного бунтарства, який протягом десятиліть набував різних форм. Проведене нами свого часу ґрунтовне вивчення даного питання [29; 30] дозволило дійти спростувального висновку про єдність контркультури “сексу, наркотиків і рок-н-ролу”. Так само не існувало соціально-комунікативної комбінації “диско-музики й гомосексуалізму”, а подібне надумане об’єднання зазначених явищ (за С. Новгородцевим – “трьох китів”) залишається не більш, ніж досить застарілим псевдонауковим штампом [28, с. 447–461]. Крім цього, немає ніяких підстав відносити диско до “звукових (цифрових) наркотиків”, про що останнім часом також стали з’являтися окремі публікації.

В 1975 році американську молодь заповонила диско-лихоманка, яка пізніше перекинулася у Західну Європу. Хоча диско майже одночасно розроблялося у США і Європі, все ж його американська версія була первинною. Саме для нього характерне звучання, близьке до фанку й соула. Європейське ж диско тісно перепліталося із традиційною естрадою й загальними тенденціями поп-музики того часу. Водночас у 1970-х роках диско мало окремі піджанри, серед яких були такі, як “диско-ф’южн”, “мюнхенське звучання”, “італо-диско” та ін. Утім, напочатку 1980-х років спостерігалася й зворотна реакція – у Європі виникла нова електронна танцювальна музика за назвою “євро-диско”, що синтезувала електро-поп і класичне диско. До 1983-го цей європейський музично-розважальний продукт проникає на танцмайданчики й у дансінг-клуби США, де вже на той час було умовно оголошене про кінець диско-епохи.

Потрібно визнати, що феномен диско суттєво доповнив і навіть видозмінив соціальну структуру масової комунікації у соціалістичному суспільстві. Тому не можна повною мірою погодитися із твердженням, що якщо в країнах Західної Європи й США індустрія дозвілля бурхливо розбудовується з 1950-х років, то в країнах Східної Європи й пострадянських територіях вона тільки починає формуватися на рубежі XX і XXI століть. Загалом у Радянському Союзі до середини 1980-х років щодо дискотек зіштовхнулися дві думки: одні розуміли її як розважально-танцювальну форму у проведенні дозвілля молоді, інші – як форму спілкування, комунікації [32, с. 47–48], тобто як складну форму

соціальної активності громадян. Відмінність спілкування від взаємодії полягає в тому, що перше не обов'язково містить у собі ті чи інші дії, котрі наявні між людьми й призначені для здійснення певного взаємовпливу (простий інформаційний обмін) [20, с. 84]; друга ж, навпаки, обов'язково охоплює ті дії, які вчиняються однією людиною (у нашому випадку диск-жокеєм) стосовно іншого або інших (відвідувачів дискотеки) і розраховані на надання певного інформаційного, емоційного й психологічного впливу на них. Як відомо, одним з основних завдань теорії комунікації є розробка комунікативних технологій у сфері монокультурного й міжкультурного спілкування, а також виявлення стереотипів, забобонів і бар'єрів комунікативної взаємодії в ситуаціях однієї культури та контрасту різних [10, с. 13]. Назвемо соціальні відносини у середовищі, що охоплює одночасно дискотеки й диско-музику, новим терміном “диско-комунікація”, зміст якого наповнимо трьома аспектами: вміст (дискотека) – ціль (взаємодія суб'єктів на дозвіллі) – засіб (диско-музика).

У нашому розумінні термін “дискотека” має два основні значення: а) як захід (організація дозвілля молоді за окремою танцювальною програмою у вигляді музичних фонограм та фрагментів інших мистецьких жанрів) і б) як на установлення (функціонування молодіжного співтовариства, що здійснюється на психокультурних засадах), а “дискотечний рух” є способом чи формою проведення дозвілля. В зарубіжному дозвіллезнавстві окреслюється два погляди на сутність поняття “клуб” (англ. *club i clubbe*): 1) добровільна організація, що об'єднує людей для спілкування, дозвілля, співпраці, спрямованої на задоволення політичних, наукових, спортивних, літературних та інших інтересів; 2) товариство, зібрання осіб із спільними інтересами і мотиваційно-ціннісними орієнтаціями. Сучасні зарубіжні вчені доводять, що клубна культура 60-х років засвідчує радикальні зміни в культурній практиці, які вплинули і на клубний стиль сучасності. До загальних ознак клубу як добровільної організації належать такі: інституалізація, мінімальний набір правил діяльності клубу, динамічність розвитку, послідовність діяльності, спрямованої на досягнення поставленої мети [26, с. 106]. Беззаперечно, диско-клуб – це особлива клубна форма, а не тип клубних закладів (І.В. Петрова).

У радянський час основними видами клубних установ були палаци культури (600 і більш

місць), дома культури (250 і більш місць), сільські, міські (місцеві) і профспілкові клуби (не менш 100–150 місць) і “червоні куточки”, або так звані “ленінські кімнати” – невеликого розміру й обсягу роботи, без штатних співробітників [11, с. 14–15]. Термін “дискотека” є більш загальним, ніж інші терміни, що також широко використовуються поряд із такими, як “диско-клуб” і “диско-дансинг” (мовиться про клубні заклади, де у процесі міжособистісної взаємодії формуються загальні цінності й традиції клубу, соціально-психологічний клімат, визначається система ролей його учасників). У даному аспекті в СРСР був певний парадокс: дискотеки з'явилися на два роки раніше, ніж радянську молодь охопила диско-істерія. До початку 1970-х років тут одержали поширення танцювальні вечори “під магнітофон”, хоча вважається, що власне перші дискотеки в СРСР з'явилися у жовтні 1976 року в Прибалтиці, в університетах Таллінну й Риги. Однак існує факт, що у підмосковному Дубні перша дискотека, яку організували ентузіасти на базі місцевого будинку культури, відбулася мінімум на три-чотири місяці раніше [14, с. 250]. За стандартною архітектонікою радянські дискотеки складалися із двох відділень: перше було інформаційно-тематичним, де ведучий розповідав молодим людям, котрі очікували танців, про ті групи, які рекомендується уважно послухати, а в другому – були звичайні танці під магнітофон, найчастіше зі світломузикою. У цьому аспекті спостерігався цікавий інформаційний дуалізм: тематичні інформаційні повідомлення на дискотечі досить часто були більшою мірою присвячені не диско-виконавцям (виняток становили такі диско-гранди, як BONEY M., CHILLY, LA BIONDA, Donna Summer, Dee D. Jackson та ін.), а західним “класичним” рок-групам. Танцювальна ж програма була адаптована суто під диско-номери.

Цікавим є географічно-регіональний розподіл авторів, виконавців, виробників та споживачів диско-музики. Аналіз показав, що 1077 зарубіжних (включаючи країни соціалістичної співдружності) диско- і поп-виконавців 70-80-х регіонально розподілилися таким чином: США – 372 (34,5%), Велика Британія – 126 (11,7%), Нідерланди – 102 (9,5%), ФРН – 89 (8,3%), Франція – 83 (7,7%), Італія – 71 (6,6%), Канада – 45 (4,2%), інтернаціональні (мульти-регіональні, переважно англомовні) диско-проекти – 45 (4,2%), Швеція – 19 (1,8%), ПАР – 12 (1,1%), Австралія та Бельгія – по 10

(0,9%), Данія – 8 (0,7%), Австрія – 7 (0,6%), Іспанія – 6 (0,5%), Ямайка – 4 (0,4%), Греція, Фінляндія, Норвегія та Ірландія – по 2 (0,2%), Гонконг, Ізраїль, Сингапур, Мозамбік, Філіппіни, Швейцарія, Японія, Бразилія, Пакистан та Індія – по 1 (0,1%). Усього відібрано 50 найкращих представників країн Центрально-Східної Європи соціалістичної орієнтації, які домоглися світового визнання в аналізований історичний період, що у загальній кількості світових виконавців даного жанру становить 4,6%. Із загальної маси рейтингових національних диско-виконавців (перший процентний показник), а також для порівняння у рамках колишньої соціалістичної системи (другий процентний показник) виведені такі тренди: Чехословаччина – 17 (1,6% / 34%), Югославія – 9 (0,8% / 18%), Польща – 7 (0,6% / 14%), Угорщина – 6 (0,5% / 12%), НДР і Болгарія – по 5 (0,4% / 10%), Румунія – 1 (0,1% / 2%). Незважаючи на те, що за кількістю диско- і поп-виконавців серед усіх країн соціалістичного блоку впевнено пальму першості займала чехословацька естрада, лідером дискотечного репертуару першої половини 82-84-го у СРСР упевнено був угорський ансамбль NEOTON FAMILIA, який інколи називали “угорська ABBA”.

А. Запесоцький, котрий одним із перших (1978 рік) проаналізував місце й роль дискотеки в дозвіллі молоді, стверджував, що атмосфера музичної стихії надавала особливого тону вечірці, у процесах спілкування та міжособистісного контактування мобілізувала наявні психічні потенції молодих людей (здебільшого підлітків 14–18 років), а також зорову й інтелектуальну сприйнятливність, підвищену емоційність. Святкова ситуація молодіжного диско-вечора, помножена на вплив музики, загострювала сприйняття присутніх, створювала передумови для появи у відвідувачів особливого почуття радості, повноти повсякдення. Тоді як більш старша категорія слухачів (25–30 років) була налаштована стосовно дискотек найчастіше скептично й висловлювала претензії до рівня організації даної форми дозвілля [6, с. 4–8]. Відтак з 1979 року дискотека стає самостійною й специфічною формою організації дозвілля радянської молоді, а з 1985 деякі радянські ВНЗ культури навіть почали здійснювати підготовку фахівців для дискотек, у чому виразно проявилися тенденції до професіоналізації диско-руху в СРСР [34]. До 1986 року, наприклад, у Ризі діяло 10 музичних молодіжних клубів. Біль-

шістю голосів, одержавши від членів клубу записки, на зборах клубного активу визначалася тематика занять. Поступово такі дискотеки стали не тільки місцем для одержання музичної інформації, а й для товариських дискусій. Деякі диско-клуби навіть мали символічні знаки [23, с. 15]. Загалом у СРСР діяли дискотеки трьох основних типів: танцювальна, лекційно-тематична й театралізована, а також різні їх комбінування з іншими формами організації дозвілля. Дискотеки були відкритими (з вільним доступом усіх бажаючих) та “відомчими” (відвідувачі були членами одного виробничого чи навчального колективу). Також за організацією матеріальної бази існували дискотеки стаціонарні й переносні (мобільні), літні (під відкритим небом) і зимові (у закритому приміщенні). Серед літніх, зі свого боку, зустрічалися закриті (з огороженнями) і незамкнуті (без просторових огорожень) [22, с. 17–19].

Перехід від самодіяльної творчості до діяльності суто професійної породив новий тип радянської дискотеки – професійної і платної. Такими стали дискотеки при ресторанах і кафе, танцювальних майданчиках, будинках культури й сільських клубах. У ті роки панував неформальний підхід “із засиллям дешевої західної естради на майданчиках дискотек”. Як один з типових випадків у манері поведінки й інтонаціях диск-жокеїв називають поблажливе ставлення до вітчизняної музики й таємне захоплення західною. Тому ідеологічним керівництвом ставилося завдання показати духовну злиденність співаків “західного раю” з аналізом і критикою їх музики та текстів [32, с. 43–48]. У такий спосіб відбувалося соціальне оформлення диско-культури як окремого підвиду музичної субкультури.

Дискотека є комунікативною подією, тому й диско-комунікація організаційно можлива на двох рівнях: а) на макрорівні, де проблема порозуміння всіх суб’єктів диско-культури полягає в тому, що при зустрічі двох представників різних підгруп з одного соціозрізу вони не усвідомлюють своїх культурних стереотипів, установок і несвідомо вважають свої власні погляди “нормальними”, думаючи при цьому, що й представник іншої субкультури дивиться на світ точно так само [1, с. 28]; б) на макрорівні, коли диско-культура розуміється цілісно й багатоаспектно у панорамному сприйнятті та пізнанні в поєднанні із високоемоційними та іншими описовими конотаціями. Вочевидь диско-комунікація реалізувала одну

з основних функцій моди – полегшення пошуку собі подібних і підвищення рівня самооцінки, задоволеності собою. Цілісною характеристикою психологічних особливостей такої соціальної групи як меломани (філофоністи) є не образ повсякденного життя суб'єктів, котрі належать до неї, а їх світогляд на дозвілля (форми та організація вільного часу) як на сукупність усталених форм відпочинкової активності, у яких знаходить вираз ставлення до інших спільнот аналогічної спрямованості.

Оскільки до основних феноменів міжгрупового сприйняття належать міжгрупова упередженість та інгруповий фаворитизм, то потрібно визнати, що певний соціальний антагонізм рок-музики й диско на побутовому рівні у радянський період дійсно відчувався, особливо в середовищі меломанів і філофоністів, фактично розколів її на дві частини. Вітчизняні меломани-консерватори, які зберігали вірність класичним рок-ідеалам, у цей час голосніше всіх кричали про свою нетерпимість до диско. Представники такої частини музичних знавців-аматорів уважали свою групу кращою, а інші соціальні групи, які утворювалися у цій же сфері, – що поступаються першій. Розподіл публіки – це багато в чому й наслідок умовного поділу музики на “улюблену одними” й “улюблену іншими” [3, с. 10]. До стилю і способу життя, який характеризує й відрізняє рок-культуру як окрему субкультуру, відносять саме той, котрий містить правила та умови життя, властиві цій соціальній групі в цілому й окремо певному суб'єктові (учаснику диско-культури) зокрема. А сукупність прав та обов'язків, форм поведінки й соціальних дій, що реалізовані людиною, яка займає в суспільстві певне положення, витлумачується як соціальна роль [3, с. 11]. Ролі, стилі й орієнтації актуального дозвілля змінюють реальні життєві ситуації, способи поведінки і людські стосунки. Відпочинкова діяльність, безперечно, сприяє розвитку форм безперервної освіти дорослої людини, стає чинником її самоактуалізації та самовдосконалення. Люди перестають відчувати себе працівниками підприємств, офісними клерками, продавцями тощо, а постають учасниками диско-клубів. Саме в диско-сфері це проглядалося надто яскраво. На дискотеки приходили люди різних професій з неоднаковими обов'язками й правами повсякденного життєздійснення.

Утім, на танц-полі, сидячи за столиком і чекаючи дансінгу, чи навіть за стійкою бару,

присутні утворювали нову спільну соціальну роль – відвідувачів дискотеки, на яких вплив диско-музики підсилювався завдяки емоційно-психологічному резонансу аудиторії: кожен відчував себе в довкіллі однодумців, що загострювало й тиражувало реакцію на заданий диско-жокеєм ритм танцювальної композиції. Фактично комунікативно всі учасники дискотеки були партнерами одного колективного танцю (однотипний характер рухів), хоча взаємний акустичний контакт зводився до мінімуму, що суперечить одній з основних цілей вказаного дозвілля – природі міжособистісного спілкування. Тут аудиторія – компонент комунікативного процесу, який сценарно спрямовує диск-жокея. Диско-аудиторія являє собою саму нестійку з усіх квазігруп. Тому організаторам дискотек доводилося орієнтуватися на свідомо повторювані й типові характеристики, адже в диско-аудиторії відбувається хаотичний обмін інформацією, виникає безліч різних контекстів, пульсує емоційний стан усієї маси людей у цілому й кожного окремо. У цьому аналітичному розрізі диско-аудиторія – це така соціальна спільність, що утворювалась на основі взаємодії з комунікатором; причому відправниками диско-інформації найчастіше є індивідуальні суб'єкти (ведучі або диск-жокеї), а одержувач – колективний (усі суб'єкти танц-залу).

Соціально-комунікативна технологія (СКТ), як відомо, – це система маніпуляційних дій-комплексів, спрямованих на зміну поведінки соціуму [35, с. 58–59]. Тому дії з боку диск-жокея, хоча і були різними за результативністю, ефективністю і якістю, усе ж відображали певне суголосся за призначенням, спрямованістю та головними засобами реалізації. Саме тому пропонуємо СКТ, що застосовувалися в організації дискотек, вважати їх прямого призначення, оскільки вони були орієнтовані на здійснення дій-комплексів у діаді “суб'єкт (диск-жокей) – об'єкт (відвідувачі дискотеки)”. При цьому основними засобами, що підтверджують характеристики диско-комунікантів, є *вербальні* (інтонація, швидкість мови й ритм), *невербальні* (мова й положення тіла, одяг і прикраси, жести, міміка, тактильна комунікація) і *загальнокомунікативні* (диско-компетентність і диско-етикет). Крім того, важливою особливістю дискотеки була наявність непрямих комунікативних актів. Ось чому організаторам пропонувалося створювати зручні “акустичні ніші” з відповідним висвітленням залу, де

гучність музики була такою, щоб можна було розмовляти із людиною поруч, не напружуючи голосу [27, с. 110–115]. Воднораз адресована інформація виявлялася недоступною для решти навколишніх. Як відзначали ще радянські дослідники, в дискотеці немає чіткого поділу на “артистів” і “публіку”, оскільки всі відвідувачі дискотеки спільно конструюють свою музично-пластичну дію [18, с. 22]. Однією з таких дій було вміння диск-жокея користуватися так званими “дискобоксами”, виготовленими із прозорої або кольорової пластмаси для вмісту 15–20 грамплатівок. У цьому випадку диски легко компонувати й підбирати за номерами чи символами. Так, ведучий у танцювальних програмах дискотек (ді-джеї), котрий використовував мову (окремі однозначно сприймані закінчені фрази) на тлі музики, став якісно новою фігурою, яка обіймала певні риси конферансьє, театрального актора і т. ін.

Диско як нова музика не замінила “стару” рок-музику, яка на той час стає до певної міри вже менш цікавою. Просто нові задержуваті ритми відкрили перед слухачами інший вхід – двері до танцполу. А через природню фізіологічну потребу в ритмічному русі ця енергійна музика була наповнена оптимізмом, стаючи більш привабливою й значно простішою для сприйняття, ніж, скажімо, ті ж складні епічні арт-рок-опуси (наприклад, YES, GENESIS, EMERSON, LAKE & PALMER, JETHRO TULL та ін.). Для СРСР часів так званого “застою” це мало підвищену значущість. Очевидно, що радянська дискотека як новий для того часу канал комунікації стала частиною широкого культурного комплексу, що склався навколо тогочасної диско-музики. Причому ця форма дозвілля утворювалася на основі використання грамплатівки, що відіграє роль основного джерела відтворення диско-інформації. Звідси очевидно, що однієї з важливих передумов виникнення дискотек стала еволюція грамплатівки – від засобу зберігання й передачі інформації до самостійного твору мистецтва, який став до того ж вигідно відрізнятися від концертного виконання (М. Каган [9, с. 242–261]). Підкреслимо, що диско-музика, на відміну від можливості “живого” виконання рок-композиції, записувалася винятково в умовах студій звукозапису. Отож диско-продукт не міг бути запропонований глядачам у режимі “Live”. Якщо в молодіжному клубі грав “живий” вокально-інструментальний ансамбль, то цей захід уже

не міг бути віднесений до дискотеки, а найчастіше називався просто “танці”.

Важливу роль у розвитку дискотечного руху в СРСР відіграло телебачення. Одержання інформаційних повідомлень із приводу новинок у світі поп- і диско-музики для споживача було обмежено такими музичними програмами, як “Мелодії друзів”, “Всі зірки у гості до нас”, “Концерт після концерту”, “Ранкова пошта” і, звичайно ж, що стала сьогодні культовою – “Мелодії і ритми зарубіжної естради”, що виходила з 1976 по 1985 рік. У цю передачу включалися фрагменти музичного змісту із чехословацького телешоу “Televariete” (“Телевар’єте”), східнонімецького “Строкато-го казана” (“Ein Kessel Buntes”) і польської “Студіо-2”. Щоправда, існували й програми, підготовлені в соціалістичних країнах, які повністю показувалися радянським телеглядачам. Зокрема, такими були “Сліди на снігу” і “Пісня біля моря” болгарського телебачення, або “Від пісні до танцю” і “Від мелодії до мелодії” телебачення НДР.

Багато радянських науковців підтримували погляд, що у світі на той час “існувало дві основні моделі дискотеки, що приблизно одночасно склалися у рамках різних соціально-економічних формацій” – *західна*, що покликає “повести відвідувача в ілюзорний світ музичного свята на протигагу непривабливій дійсності повсякдення реального” і *соціалістична*, що зорієнтовує відвідувачів до пізнання навколишнього світу під гаслом: “Розважаючи – просвіщати й виховувати” [6, с. 15–16]. Проте буде невірним однозначно стверджувати, що радянські дискотеки були надмірно заідеологізовані. До початку 80-х навіть тиск із боку комітетів комсомолу відносно вибору ведучим репертуару було істотно мінімізоване. У 1975 в НДР навіть набув чинності закон, що регламентував порядок діяльності дискотек, їх мету й завдання, фінансову діяльність, ідейне керівництво й систему підготовки кадрів – диск-жокеїв. Насправді це слово (англ. *disc jockey*) вперше пролунало в 1935 від американського коментатора Волтера Вінчелу, котрий використав його стосовно радіоведучого Мартіна Блока – фактично першого ді-джея, котрий згодом став зіркою. Пізніше це словосполучення скоротили до звичної нам тепер аббревіатури DJ, від якої з’явилося похідне “діджеїнг” (англ. *Djing*), тобто робота ді-джея. До прикладу, в ЧССР диск-жокеїв готували на спеціальних курсах, які організовувалися під егідою місцевих організацій

Соціалістичного союзу молоді (ССМ), і тільки після здачі іспитів диск-жокей одержував право на публічні виступи. Програма чергового дискотечного вечора затверджувалася драматургійними відділами культурних центрів і радами клубів ССМ. Так, скажімо, у Празі роботою всіх дискотек керувала Празька рада з організації дозвілля молоді при ЦК ССМ Чехословаччини, яка забезпечувала диск-жокеїв усіма потрібними інформаційно-методичними матеріалами. У чехословацькому журналі “Melodie” був спеціальний розділ “На допомогу дискотекам”, де розповідалося про нові платівки, що випущені в ЧССР та інших країнах, про виконавців, композиторів, аранжувальників та ін. У подібних журналах також друкувалися статті й огляди музичних критиків, публіцистів про ті чи інші тенденції у розвитку музики. Після зміни політичних режимів у країнах Східної Європи наприкінці 80-х – початку 90-х створюється нова модель культурної політики, що першочергово забезпечує комерціалізацію індустрії культури й дозвілля.

Підкреслимо, що в джерелах стилю “диско” закладена живодайна музика. Подальший розвиток диско-музики й диско-практики більшою мірою спрямовувався винятково комерційними інтересами диско-бізнесу, що привело до кризи жанру на початку 80-х років. Так, наприкінці 1979 фірми грамзапису виявили, що їх склади буквально завалені платівками із записом диско-музики. Тоді рекорд-компанії почали вивішувати списки музикантів, від чийх послуг вони мають намір відмовитися. Справді склалася парадоксальна ситуація: техніка звукозапису й звуковідтворення у західному світі просунулася вперед, а грамплатівки стали купувати набагато рідше. Справа в тому, що американські меломани середнього рівня цілком обходилися аудіо-записами із середньохвильових радіопередач. І тоді фірми з виробництва грамплатівок стали сприяти у прийнятті нормативних документів, що зобов'язують транслювати в радіоефірі музичні треки, перериваючи їх рекламою. Мовиться про свідоме творення композицій, які непридатні для звичайного магнітофонного запису. Однак у відповідь на такий демарш у США стали виникати підпільні студії, пов'язані із власниками радіостанцій середніх хвиль, які поширювали нелегально виготовлені копії самих модних дисків [19, с. 114]. Наслідком альянсу рекорд-лейблів і телебачення став відео-рок, у результаті чого диско- і поп-музиканти були змушені піти на уклін до відео. У цей період багато невеликих незалежних лейблів потерпіли фінансовий крах і закрилися. Так економічна складова

зупинила подальший розвиток диско-комунікації на першому етапі її становлення.

Отже, феномен “диско” у своїй “класичній” формі проіснував одне десятиліття (1972–82), з якого найбільш “піковим” став період з 1976 по 1981 рік. Саме життя показало, що диско є добротне й гарне, але й існують його примітивні шаблони, що, на жаль, зустрічаються в кожному музичному жанрі. Однак у диско-продукції кінця 70-х років перших було відносно небагато, других – значно більше. До кінці десятиліття диско-компоненти стали доповнюватися рок-музикою, що підтверджує нашу гіпотезу про те, що диско – це вагомий складник (здебільшого танцювальний) саме цієї музики як глобального світового інформаційно-комунікативного явища. Очевидно, що криза диско-жанру (початок 90-х) була зумовлена швидше економічними причинами, ніж відсутністю творчого креативу в цій музичній сфері. Утім, за сучасних умов технологічного розвитку, вінілові грамплатівки поступово повертаються як пріоритети музичного звукозапису. Цей вид носіїв музичної аудіоінформації знову став широко застосовуватися в диско-клубах нового покоління. Тому світові звукозаписувальні компанії перебувають у пошуку чергового опанування ситуації, що загострилась навколо аудіоносіїв популярної музики, у тому числі за активною участю мережевих музичних нелегалів-розповсюджувачів (Інтернет-аудіопіратство).

ВИСНОВКИ

1. Пропонована *модель розвитку диско-культури* дозволила простежити діалектику становлення цього різновиду культури у єдності її статичних та динамічних параметрів. *Диско-комунікація* відбувається між людьми в особливо яскравих умовах дозвілля і тягнє до діалогу різних культурних компонентів. У її процесному перебігу як підвиді масової комунікації передається особлива соціальна інформація емоційно-танцювального характеру, яка функціонує в диско-співтоваристві, коли комунікаторами є відвідувачі дискотек, диско-клубів чи автономні суб'єкти-споживачі, котрі індивідуально сприймають диско-повідомлення, що надходять до них за іншими комунікаційними каналами (радіо, телебачення, прослуховування платівок у домашніх умовах тощо).

2. Матеріальний носій є важливим складником фонограми, яка без нього не може існувати. Форма запису (фіксації) диско-інформації може бути трьох основних видів: оптична (компакт-диски), магнітна (компакт-касети й магнітофонна стрічка) та електромеханічна

(грамплатівки). Найбільш прийнятним джерелом відтворення диско-інформації залишається вінілова грамплатівка, обходження з якою припускає володіння диск-жокеєм певними професійними навичками.

3. Крім теорії і методології диско-комунікацій, її також треба розглядати як окремий інститут у системі масових комунікацій. Якщо дискотеку вивчати як інформаційну систему, то її творцем (автором, адміністратором, передавачем інформації, транслятором) є диск-жокей, тобто ведучий диско-програми. Сам процес диско-комунікації охоплює принаймні п'ять елементів: джерело інформації (диско-композиція), її передавача (диск-жокей), канал комунікації (дискотека або клуб-дискотека), одержувача (реципієнтів, якими є відвідувачі дискотеки) та її танцювальне призначення. Споживачі інформації в аудіальній формі є слухачами, а споживачі візуальної інформації – глядачами [36, с. 46], котрі умовно можуть бути названі диско-абонентами.

4. Диско-комунікація як структурно-функціональне явище здійснюється на чотирьох рівнях: перший – телекомунікація в умовах дискотеки або клубу-дискотеки; другий – комунікація у філофонічному співтоваристві (придбання, продаж, обмін, перезапис дисків; в Інтернет-умовах до цього додалися мережні комунікації філофоністів, предметом яких найчастіше є ті ж грамплатівки, рідше компакт-диски); третій – комунікації суб'єктів фонографічної індустрії, де виокремлюються два сектори: а) *легальний* (відносини лейбл-продавець-покупець, запис фонограм і виробництво дисків, ліцензійні угоди, право щодо використання музичного доробку й т. ін.) і б) *нелегальний* (бутлегерство, контрафакт, “аудіопіратство” тощо); четвертий – інші види комунікацій, що так чи інакше пов'язані з музикою “диско”, де також існує два сектори: а) *інформаційно-розважальний* (диско-фестивалі, телевізійні та радіопрограми, диско-атрибутика та ін.) і б) *літературно-науковий* (музичні журнали, навчальні посібники, монографії, белетристичні матеріали, “самвидав”, статті, дисертації, тематичні Інтернет-форуми і т. ін.).

5. Феномен диско – специфічне соціально-комунікативне утворення, що істотно відрізняється від інших масових явищ у сфері індустрії розваг метою своєї діяльності, її характером, своєрідністю та добровільністю міжособистісного спілкування. Проте соціалістична диско-традиція є вторинною стосовно західної, хоча й успішно застосовувала гібридні жанрові коди-риси, які дотепер затребувані поколінням у вікових рамках від 40 до 60 років. Рок-комунікація має зовсім інші

інформаційно-комунікаційні ознаки та окремі (іноді альтернативні) соціально-психологічні властивості. Але цей аспект піднятої проблематики потребує окремого наукового вивчення у предметному форматі теорії та історії соціальної комунікації.

6. Насамкінець структурне співвідношення таких масових явищ як “рок” і “диско” як цілого та частини визначимо наступною формулою: диско-музика є танцювальною складовою (*частина-1*) рок-музики (*ціле-1*), утім, з комунікативного погляду, навпаки, рок-комунікація (*частина-2*) входить до більш загального феномену, яким є диско-комунікації всіх видів (*ціле-2*).

1. Головлева Е.Л. Основы межкультурной коммуникации: [уч. пос.] / Е.Л. Головлева. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 224 с.

2. Гриценко О.А. Культура і влада. Теорія і практика культурної політики в сучасному світі / О.А. Гриценко. – К.: УЦКД, 2000. – 228 с.

3. Диденко Т. Слышать музыку и слушать ее / Т. Диденко // Музыка и общение молодежи: [сборник]. – М.: Знание, 1985. – С. 10-13.

4. Дискотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – URL: <http://www.sunrise-avenue.ru/prodazhnyie-stat/diskografiya-eto-polnaya-kollektsiya-muzyikalnyih-zapisey-opredelenno-ispolni.html>.

5. Жуков И. Этот таинственный микрофон / И. Жуков // Мелодия. – 1984. – №1. – С. 56-57.

6. Запесоцкий А.С. Дискотека в досуге молодежи / А.С. Запесоцкий (составитель). – Л.: Знание, 1987. – 19, [1] с.

7. Запесоцкий А. Скажи мне, кто руководит дискотеккой... / А. Запесоцкий // Культурно-просветительная работа. – 1985. – №9. – С. 22-25.

8. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка: В 3 томах / Т.Ф. Ефремова. – Том 1. А-Л. – М.: АСТ; Астрель; Харвест, 2006. – 1168 с.

9. Каган М.С. Морфология искусства / М.С. Каган. – Л.: Искусство, 1972. – 440 с.

10. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации: краткий курс / В.Б. Кашкин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 256 с.

11. Кугот А.А. Клуб і його робота: деякі питання організації та методики клубної роботи в сучасних умовах / А.А. Кугот. – К.: Мистецтво, 1977. – 245 с.

12. Липовая М.Н. Жертвы рок-н-ролла / М.Н. Липовая // Природа и человек (Свет). – 2002. – №2. – С. 9-11.

13. Малкина-Пых И.Г. Психология поведения жертвы: справочник практического психолога / И.Г. Малкина-Пых. – М.: Эксмо, 2006. – 1008 с.

14. Марочкин В.В. Повседневная жизнь российского рок-музыканта / В.В. Марочкин. – М.: Мол. гвардия, 2003. – 416 с.

15. Менделевич В.Д. Психология девиантного поведения: [уч. пос.] / В.Д. Менделевич. – СПб.: Речь, 2005. – 445 с.

16. Москаленко В.В. Психология социального влияния: [навч. пос.] / В.В. Москаленко. – К.: Центр учебной литературы, 2007. – 448 с.

17. Музыка и молодежь (проблемы клубного движения). – М.: Общество “Знание” РСФСР, 1986. – 48 с.

18. Музыка и общение молодежи: [сборник]. – М.: Знание, 1985. – 64 с.

19. Налоев А. Поп-рок-поезд в безвременье, или Добро пожаловать в общество суперразвлечений / А.Налоев // Идолы и идеалы (Империализм: события, факты, документы) / Сост. И.А. Михайлов. – М.: Педагогика, 1988. – С. 101-165.

20. Немов Р.С. Социальная психология: [уч. пос.] / Р.С. Немов, И.Р. Алтунина. – СПб.: Питер, 2008. –

427, [5] с.

21. Новгородцев С. Секс. Наркотики. Рок-н-ролл / Сева Новгородцев. — М.: ООО "Скит-Интернешнл", 2003. — 189 с.

22. Ольгин Б. Дискотека внутри и снаружи / Б. Ольгин // Клуб и художественная самодеятельность. — 1979. — №21. — С. 17–19.

23. Переверзев Л. О точности звуковоспроизведения / Л. Переверзев, М. Субботин // Советская музыка. — 1960. — №5. — С. 152–154.

24. Переверзев Л. Феномен диско: I сторона / Л. Переверзев // Ровесник. — 1979. — №11. — С. 26–29.

25. Переверзев Л. Феномен диско: II сторона / Л. Переверзев // Ровесник. — 1979. — №12. — С. 26–29.

26. Петрова И.В. Дозвілля в зарубіжних країнах: [підручник] / І.В. Петрова. — К.: Кондор, 2008. — 408 с.

27. Самодеятельные ВИА и дискотеки / Составитель Б.П. Соколовский. — М.: Профиздат, 1987. — 224 с.

28. Синеокий О.В. Психолого-правові проблеми кримінальної сексопатології. Вступ до криміноперверсології: [монографія] / О.В. Синеокий. — Харків: Право, 2009. — 752 с.

29. Синеокий О.В. Соціокультурна матриця норм сексуальної поведінки як джерело формування правових засад / О.В. Синеокий // Психологія і суспільство. — 2006. — №4. — С. 86–91.

30. Синеокий О.В. Структура і динаміка кримінально-психологічного компоненту сексуального насильства: міждисциплінарний підхід / О.В. Синеокий // Психологія і суспільство. — 2007. — №4. — С. 110–115.

31. Соболев Р. В стиле "диско" (Заметки о кино категории "Б") / Р. Соболев // Мифы и реальность: Зарубежное кино сегодня: [сборник]. — М., 1983. — С. 226–244.

32. Сыров В. Музыка в дискотеке / В. Сыров // Музыка и молодежь (проблемы клубного движения). — М.: Общество "Знание" РСФСР, 1986. — С. 47–48.

33. Ухов Д.П. Рок-музыка. Взгляд из 80-х / Д.П. Ухов // Иностранная литература. — 1982. — №4. — С. 228–238.

34. Фролова Г.И. Организация и методика клубной работы с детьми и подростками: [учеб. пос. для интов культуры] / Г.И. Фролова. — М.: Просвещение, 1986. — 157, [2] с.

35. Холод О.М. Комунікаційні технології: [підручник] / О.М. Холод. — К.: Центр учбової літератури, 2013. — 212 с.

36. Швецова-Водка Г.Н. Общая теория документа и книги: [уч. пос.] / Г.Н. Швецова-Водка. — М.: Рыбари; К.: Знания, 2009. — 487 с.

АНОТАЦІЯ

Синеокий Олег Владимирович.

Диско-комунікація як особливе масове явище.

В усі часи музична культура була своєрідним дзеркалом настроїв і станів людини. Кожний етап історичного розвитку формує специфічне інформаційне середовище, свої умови функціонування системи соціальної комунікації, одним з елементів якої є диско-комунікація. Аудиокультура охоплює історію грамзапису поп-музики як напрямку у дослідженні загального процесу звукового відображення дійсності та організації обміну музичною звуковою інформацією. Сьогодні без розуміння низки соціально-психологічних питань неможливо правильно оцінювати більшість подій, які відбулися в історії шоу-індустрії, тим більше, що феномен диско продовжує залишатися важливим чинником формування електронної культури молоді. У статті викладені результати вивчення соціально-економічних та інформаційно-комунікативних особливостей розвитку диско-музики в 1970–80 роках XX століття. Обґрунтована гіпотеза, згідно з якою диско належить до трендів дозвілля сучасного світу і як со-

ціальне явище (музична течія) має особливу інформаційну природу та є факультативним (танцювальним) елементом масової комунікації.

Ключові слова: музична культура, популярна музика, диск, диско, дискотека, диск-жокей, грамплатівка, рок-музика, дозвілля, субкультура, клуб, комунікації.

АННОТАЦИЯ

Синеокий Олег Владимирович.

Диско-коммуникация как особенное массовое явление.

Во все времена музыкальная культура являлась своеобразным зеркалом настроений и состояний человечества. Каждый этап исторического развития формирует специфическую информационную среду, свои условия функционирования системы социальной коммуникации, одним из элементов которой является феномен диско-коммуникации. Аудиокультура, включает историю грамзаписи поп-музыки как одно из направлений в исследовании общего процесса звукового отражения действительности и организации обмена музыкальной звуковой информации. Сегодня без понимания ряда социально-психологических вопросов невозможно верно оценивать большинство событий, происходивших в истории шоу-индустрии, тем более, что феномен диско продолжает оставаться важным фактором формирования электронной культуры молодежи. В статье изложены результаты изучения социально-экономических и информационно-коммуникативных особенностей развития диско-музыки в 1970–80 годах XX столетия. Обоснована гипотеза, согласно которой диско принадлежит к досуговым трендам современного мира и как социальное явление (музыкальное течение) имеет особую информационную природу и является факультативным (танцевальным) элементом массовой коммуникации.

Ключевые слова: музыкальная культура, популярная музыка, диск, диско, дискотека, диск-жокей, грампластинка, рок-музыка, досуг, субкультура, клуб, коммуникации.

ANNOTATION

Oleh Syneokyi.

Disco-Communication as a Specific Mass Phenomenon.

At all times musical culture has been the mirror of moods and states of a human. Every stage of historical evolution forms a specific information environment, its conditions of functioning of the system of social communication, and disco-communication is one of its elements. Audio-culture covers history of recording of pop-music as a trend in the investigation of the overall process of sound reflection of reality and organization of the exchange of musical sound information. Today without understanding the number of socio-psychological issues it is impossible to correctly evaluate majority of events, which took place in show-industry, moreover, the phenomenon of disco is still the important factor of forming the electronic culture of youth. The article contains the results of studying the socio-economic and information-communicative features of the development of disco-music in 1970–80s of the XX century. The hypothesis, that disco belongs to trends of leisure of modern world and as a social phenomenon (musical trend) has a special information nature and is facultative (dance) element of mass communication, has been substantiated.

Key words: musical culture, pop-music, disk, disco, discotheque, DJ, gramophone recording, rock-music, leisure, sub-culture, club, communications.

Надійшла до редакції 10.01.2013.