

О. В. Синеокий

Дуализм диско в культурно-коммуникативной ретроспективе

Во все времена музыкальная культура являлась своеобразным зеркалом настроений и состояний человечества. Каждый этап исторического развития формирует свою специфическую информационную среду, свои условия функционирования и развития системы социальной коммуникации, одним из элементов которой является феномен диско. Сегодня без системного понимания социальных, экономических, юридических и ряда других вопросов уже невозможно верно оценивать большинство событий, происходивших в истории шоу-индустрии. Одним из направлений молодежной субкультуры можно считать дискокультуру. В современных глобальных информационных условиях феномен диско остается важным фактором формирования новой «клубно-электронной культуры». Вместе с этим данное уникальное явление с точки зрения теории социокультурной коммуникации изучено явно недостаточно. В настоящей публикации автором изложены результаты исследования социально-коммуникативных особенностей развития диско в 1970–80-х гг. XX столетия. По результатам исследования обоснована гипотеза, согласно которой социокультурная природа диско дуалистична – это музыкальный жанр, имеющий особую информационную природу, и факультативный (танцевальный) элемент массовой коммуникации. Одной из инноваций публикации является вычленение звукозаписи как информационно-коммуникационного инструментария диско.

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

O. V. Sineokiy

Dualism Disco in the Cultural and Communicative Retrospective

At all times, the musical culture is a kind of mirror of moods and states of the mankind. Each stage of the historical development generates its own specific information environment, their operating conditions and development of social communication, one element of which is the phenomenon disco. Today, without a systematic understanding of the social, economic, legal and other issues it is no longer possible to estimate the majority of events in the history of the entertainment industry correctly. As one of the areas of the youth subcultures can be considered discoculture. In today's global information the disco phenomenon remains an important factor in the formation of a new «e-club-culture». At the same time this unique phenomenon from the point of view of the theory of socio-cultural communication is not studied enough. In this paper, the author presents the results of the study of social and communicative features of disco in the 1970–80's years of the twentieth century. The study proved the hypothesis that socio-cultural nature of the disco is dualistic – as a musical genre, having special nature of the information, and an optional (dance) element of mass communication. One of the innovations of this publication is the isolation of the recording as information and communication instruments of disco.

Keywords: a gramophone record, disco, discotheque, a disc jockey, leisure, sound recording, a club, communications, music, rock, a subculture.

В XX в. термины «массовая музыка» и «массовая культура» устойчиво вошли в научный оборот. Массовая музыка и популярная культура – это понятия, которые характеризуют особенности производства культурных ценностей в обществе, рассчитанные на массовое потребление [16]. Вторую половину XX в. называют по-разному, но так или иначе все определения сводятся к двум основным: «эпоха социализма» и «эпоха рока». Данный период в некотором роде можно считать и «эпохой диско»; причем одновременно в двух смыслах – как популярной музыки (различных направлений), записанной на дисках (грампластинках), и собственно диско-музыки как особого жанра, аудиовизуального стиля, специфической субкультуры досуга, базового сектора молодежной неформальной комму-

никации, социальных норм поведения и, наконец, философии, в том числе брендовой.

И. Орлова указывает, что для выявления музыкальных закономерностей правильным было бы изучение вопроса в контексте рассмотрения тенденций устойчивого развития классической музыкальной коммуникативной системы-триады: «композитор – исполнитель – слушатель», которая в европейской профессиональной музыкальной культуре была господствующей в течение более чем трех столетий [11, с. 22]. Г.-М. Мак-Люэн был первым, кто обратил внимание на то, что способ передачи информации не является сугубо техническим приемом, а определяет содержание коммуникационных отношений эпохи [6]. По мнению Т. Парсонса, «система культуры» должна объединять в себе культурные ценности

и социальные нормы, которые являются необходимыми для стабильного функционирования общества [2, с. 13]. Именно культурные нормы и ценности, согласно современным концепциям социально-коммуникационных технологий, передаются технологическими средствами и каналами [17, с. 75]. Таким амбивалентным каналом и является диско как сложное медиакультурное явление, которое должно изучаться не только культурологами, но и в рамках многих исследовательских направлений и фундаментальных наук (истории, философии, искусствоведения, социологии, психологии, права, экономики).

В целом искусство в системе массовых коммуникаций выступало предметом научного анализа (Л. Волков-Ланнит, Г. Власова, Н. Гончарова, Е. Касьянова, Г. Квятковский, Н. Комарова, А. Мидлер, А. Моль, К. Разлогов, Дж. Бойд, Р. Вайз, Х. Макелам, Дж. Досон, Р. Коулмен, К. Эскот, Дж. Колинз, К. Гарднер, Дж. фон Хоеле, Ч. Уайт, Д. Хиршберг, Ч. Джилет, Н. Тошес и др.), а звукозаписывающая проблематика изучалась отечественными авторами достаточно основательно, причем с различных позиций – эстетической, музыковедческой, искусствоведческой, исторической (Ю. Авраменко, О. Боярчук, П. Грюнберг, В. Дозорцев, А. Железный, К. Звезгинцев, Ю. Козюренко, А. Лихницкий, Е. Савицкая, Д. Ухов, К. Фадеева, И. Хижняк, В. Янин и др.). Нельзя не отметить зарубежных исследователей (L. Bregitzer, R. Buskin, M. Chanan, R. Christgau, L. Crane, N. Crowhurst, E. Daniel, C. Denis Mee, M. Clark, L. Docks, E. Eisenberg, D. Franz, S. Frith, A. Goodwin, B. Hamilton, N. Hamlyn, T. Hounsome, F. Jorgensen, M. Karney, A. Kefauver, M. Leadbitter, N. Slaven, A. Leibowitz, P. Lindblad, C. Marks, B. Milano, A. Millard, T. McCormick, D. Morton, J. Osborne, C. Pear, J. Pierce, I. Robbins, F. Rumsey, D. Suisman, W. Westmyze, F. Wonneberg, J. Woram и др.), работы которых раскрывают соответствующие грани музыкальной культуры. Однако, отдавая должное всем исследователям, исходя из анализа публикаций по тематике диско, мы наблюдаем отсутствие единой концепции институционального функционирования диско-коммуникации, что свидетельствует об актуальности темы статьи. В связи с этим объектом исследования выступает диско как особая социально-коммуникативная система, а цель публикации состоит в выявлении социокультурной дуалистической сущности данного явления в конкретный исторический период (1970–1980-е гг.). Сущность диско как научной категории можно понять, обратившись именно к

теории социокультурных коммуникаций. Междисциплинарный характер феномена рекординга и его научного описания обусловил применение в исследовании методологического инструментария различных гуманитарных наук.

Генезис диско можно проследить в динамике двух параллельных плоскостей: социальные детерминанты зарождения диско как музыкального жанра в США и других западных странах [12; 13] и особенности развития «дискотек» в социалистическом обществе [14; 15]. Постраемся обобщить в статье собранные по этому вопросу данные. Гипотеза исследования состоит в том, что диско является информационной моделью коммуникации, в которой в особую систему выстроены аудиовизуальные сообщения, образы отправителей информации, типы абонентов и другие признаки.

Массовая коммуникация моделей поведения провоцирует изменение поведения субъектов в социальной среде, которым в свое время стал диско-социум. Диско-культура чаще всего определяется как сложное, динамическое, многомерное явление, имеющее корни в массовой культуре. Единство танца и музыки, музыки и движения под нее – это то самое единство, которое является единым для всех музыкальных культур. Исходя из этого рано или поздно должна была появиться особая развлекательная музыка, которая адресовалась бы исключительно дискотекам. Эта музыка получила название «диско». Иногда диско считают упрощенной танцевальной разновидностью фанка и соула, где ритмический рисунок построен вокруг одинакового и частого такта ударных с доминирующей ролью клавишных и вокала [1, с. 16]. Существуют и другие варианты определений. Несомненно, что базовым для наименования «диско» стало слово «диск». Иногда отмечают, что понятие *disco* сложилось как сокращение от французского слова *discotheque* – дискотека, что дословно можно перевести как «хранилище дисков». Кроме того, так называли ночные заведения, где играла музыка, записанная на грампластинках, в отличие от обычных клубов, где приглашенные исполнители работали в «живом» режиме.

По мнению С. Короткова, одним из прообразов диско стала *сальса*, поэтому первичное название музыки диско звучало как «сальсоул» (*salsoul*) [5, с. 399]. Со временем под термином «диско» стали понимать музыкальный стиль с ритмом 100–120 ударов в минуту. И. Югин уточняет, что «диско-музыка имеет общемировой характер, поскольку является жанровой категорией, которая обозначает «индустриализированную и

машинизированную» поп-музыку для дискотек» [18, с. 74]. По выражению Л. Переверзева, «диско – это дитя большого города, а его колыбель – огромные студии звукозаписи с современным оборудованием» [8, с. 26–29]. Другими словами, можно сказать, что диско – это высокоцентрализованная область музыкальной индустрии, владеющая технической и финансовой организацией, руководимая продюсерами, менеджерами и юристами.

В 1976–1979 гг. диско-ритмы занимали более 70 % музыкальных изданий фирм грамзаписи и эфирного времени в радиопередачах. В 1977 г. поднялся настоящий «диско-ураган» как в самих США, так и во всем мире. За два года число дискотек увеличилось от одной сотни до 18 тысяч. Диско стало полноценной индустрией с годовым оборотом 4,5 млн долларов, с собственными изданиями, чартами треков, торговыми конференциями, каталогами специального оборудования и маркетинговыми агентами. Новый бит для ног предвещал наступление новой волны массовой культуры. С середины 1970-х гг. диско-музыка по своей структуре стала разнородной («диско-фьюжн», «филадельфийский соул», «мюнхенское звучание», «итало-диско» и др.). Успех диско-хитов в исполнении рок-ветеранов вполне ожидаемо имел «сногшибательный» эффект: «Miss You» THE ROLLING STONES, «I Was Made for Lovin' You» KISS, «Tragedy» BEE GEES, «Last Train to London» ELO и др. Но уже к началу 1980-х гг. сложилась парадоксальная ситуация: техника звукозаписи и звуковоспроизведения продвинулась вперед, а грампластинки стали покупать намного реже. Так произошел кризис диско.

Анализ тщательно отобранной информации по данному вопросу показал, что 1077 зарубежных (включая страны социалистического содружества) известных диско-исполнителей 1980-х гг. регионально распределились таким образом: США – 372 (34,5 %), Великобритания – 126 (11,7 %), Нидерланды – 102 (9,5 %), ФРГ – 89 (8,3 %), Франция – 83 (7,7 %), Италия – 71 (6,6 %), Канада – 45 (4,2 %), интернациональные (мультирегиональные, преимущественно англоязычные) диско-проекты – 45 (4,2 %), Швеция – 19 (1,8 %), Южно-Африканская Республика – 12 (1,1 %), Австралия и Бельгия – по 10 (0,9 %), Дания – 8 (0,7 %), Австрия – 7 (0,6 %), Испания – 6 (0,5 %), Ямайка – 4 (0,4 %), Греция, Финляндия, Норвегия и Ирландия – по 2 (0,2 %), Гонконг, Израиль, Сингапур, Мозамбик, Филиппины, Швейцария, Япония, Бразилия, Пакистан и Индия – по 1 (0,1 %) [12–15].

Заметим, что 50 представителей стран Центрально-Восточной Европы, которые добились мирового признания во времена социализма, в общем количестве мировых диско-исполнителей составляют всего 4,6 %. Из глобальной общемировой выборки (1077) исполнителей этого жанра (первый процентный показатель) для сравнения с количественными показателями в этом направлении социалистической системы (второй процентный показатель) получены следующие соотношения: Чехословакия – 17 (1,6 % / 34 %), Югославия – 9 (0,8 % / 18 %), Польша – 7 (0,6 % / 14 %), Венгрия – 6 (0,5 % / 12 %), ГДР и Болгария – по 5 (0,4 % / 10 %), Румыния – 1 (0,1 % / 2 %). Несмотря на то, что по количеству диско- и поп-исполнителей среди всех стран социалистического блока пальму первенства уверенно занимала чехословацкая эстрада, лидером дискотечного репертуара первой половины 1980-х гг. в СССР был венгерский проект NEOTON FAMILIA – один из немногих диско-коллективов Восточной Европы, чьи творческие достижения достигли мирового признания. Как видим, процент диско-проектов, представляющих социалистические страны, незначителен (4,6 %) и сопоставим разве что с диско-представителями Канады (4,2 %) [12–15].

Таким образом, можно констатировать, что феномен диско в своей «классической» форме просуществовал одно десятилетие (1972–1982), из которого наиболее пиковыми были не более пяти лет (1976–1981).

Теперь обратимся ко второй плоскости – досугово-танцевальной.

Термин *дискотека* является более общим, чем некоторые другие, также широко используемые в индустрии развлечений, и прежде всего – *дискотек* и *диско-дансинг*. Несомненно, что дискотек представляет особый клубный тип, где в процессе межличностного взаимодействия формируются общие ценности и традиции клуба, социально-психологический климат, определяется система ролей. Однако нужно уточнить, что такие понятия, как «диско», «диско-музыка», «дискотека», «диско-клуб», хотя и во многом пересекаются, не могут использоваться как тождественные. Нужно подчеркнуть, что дискотека возникла намного раньше собственно диско-музыки. Также существует и множество других различий. Уже после окончания «эпохи диско» в 1986 г. советскими научными работниками в публицистических источниках, в контексте рассмотрения идеологических функций СМИ в США, использовался термин «диско-новости» [10, с. 54]. Впрочем, по своему смыслу послед-

ний совершенно не относился к диско, а отождествлялся исключительно с телевизионными новостными программами, которые подавались потребителям в виде шоу («TV News Shows»).

К середине 1960-х гг. в США насчитывалось около 500 дискотек как специальных танцевальных баров. В это же время в Советском Союзе были широко распространены танцевальные вечера «под магнитофон», до 1972 г. советским людям диско было неизвестно. В более поздний период, с 1976 г., типичная схема проведения советских дискотек складывалась из двух отделений: первое – информационно-тематическое, где ведущий рассказывал молодым людям, которые стойко ждали танцев, о музыкальных коллективах, второе – танцы со светомузыкой [7, с. 18]. В 1978–1979 гг. наблюдался следующий информационный тренд в политике большинства дискотек: тематические информационные сообщения в большей мере были посвящены не диско-исполнителям (исключение составляли BONEY M., CHILLY, LA BIONDA, Donna Summer, Dee D. Jackson и некоторые другие «диско-звезды первой величины»), а «классическим» рок-группам; танцевальная же программа была адаптирована исключительно под диско-номера. Учитывая естественную физиологическую потребность в ритмическом движении, диско-коммуникации были наполнены оптимизмом, становясь все более привлекательными, а диско-сообщение – значительно более простыми для восприятия, чем порой весьма сложные рок-опусы. С середины 1978 г. диско в СССР и других странах «социалистического лагеря» уже катилось мощной волной практически отовсюду. К началу 1980-х годов переход от самодеятельного творчества к деятельности профессионального типа породил новый тип советской дискотеки – профессиональной и платной. Такими стали дискотеки при ресторанах и кафе, танцевальных площадках, домах культуры и сельских клубах.

Как было указано выше, в начале 1980-х гг. на Западе разразился всеобщий «экономический кризис диско». Интересно, что в СССР примерно в те же годы возникает «жанровый кризис диско» (в кавычках выделены весьма условные термины, поскольку своего «социалистического диско» на советской эстраде по типу тех же BONEY M. практически не было).

Во второй половине 1980-х гг. отдельные популярные западные радиостанции стали проводить «уик-энды без диско». В СССР же со стороны противников диско протестной альтернативой дискотеки должна была стать *рокотека*. Иногда встречаются названия подобных мероприятий:

рок-дискотека и *rock-party*. С 1985 г. такие «рокотеки» проводились в заведениях культуры Львова [9, с. 105] и некоторых других городов.

Подобные мероприятия предполагали те же танцы и развлечения, где музыкальным фоном выступало бы не диско, а настоящая рок-музыка. Но социальный запрос на такой вид «протестного отдыха» был весьма невелик, и эта модель дискотеки в стиле «рок» совершенно не прижилась. В Риге в 1989 г. был создан первый в СССР специальный клуб, объединивший *диск-* и *мейн-жокеев* (то есть ведущих, кто на вечеринках имеет дело исключительно с магнитофонными лентами вместо пластинок). С 1991 г. в Москве и Ленинграде, а также в Крыму неожиданно получил стремительное распространение «рейвинг» (от англ. *Rave* – ‘веселая вечеринка’) – новый к тому времени массовый феномен, возникший в 1988 г. в Великобритании, связанный с большими дискотеками, где ди-джеи выступают под электронную музыку и происходят другие массовые технологично окрашенные музыкальные мероприятия. К середине 1990-х гг. дискотека как массовая форма проведения досуга для молодежи в своем виде 1970–1980-х гг. постепенно ушла в прошлое, но к концу первого десятилетия нового тысячелетия на волне ретромании возвратилась в некоторых клубных программах уже в эксклюзивном формате, в том числе для вполне зрелых людей.

Заключительные положения и концептуальные выводы. Диско является специфическим динамическим, коммуникативным и многомерным образованием. Корни диско находятся в массовой коммуникации, что подтверждает механизмы «обратной связи», влияющие на масскультуру. Диско-коммуникации происходят между людьми в ярких развлекательных условиях и порождают диалог культурных компонентов.

Феномен диско существенно дополнил и даже видоизменил социальную структуру массовой коммуникации в социалистическом обществе. Глобальный кризис диско в начале 1980-х гг. был обусловлен скорее экономическими причинами, чем отсутствием творческого креатива авторов и исполнителей.

На дискотеке не было четкого деления на «артистов» и «публику», поскольку все посетители дискотеки совместно конструируют свое музыкально-пластическое действие. Ведущий в танцевальных программах дискотек (диск-жокей или ди-джеи), использующий язык (отдельные однозначно воспринимаемые законченные фразы) на фоне музыки, стал качественно новой фигурой,

которая включала определенные черты конфетансье, театрального актера и т. п. Одним из важных элементов диско-комментария, помогающего удерживать внимание слушателя, является *Teaser* (англ.), то есть «запал» как особая рекламная приманка. Подобные коммуникативные ухищрения помогали удерживать внимание слушателей. Сообщение в виде подобных «крючков» не содержат всей необходимой информации, но всегда отмечается указание о том, что дополнительные сведения по этому вопросу будут в дальнейших комментариях, то есть чуть позже [4, с. 59]. Существуют и другие приемы (элементы комментария) так называемой «ди-джейской коммуникации».

Многими советскими авторами утверждалась точка зрения, согласно которой «в мире существовало две основных модели дискотеки, которые приблизительно одновременно сложились в рамках разных социально-экономических формаций» – *западная*, призванная «повести посетителя в иллюзорный мир музыкального праздника в противоположность непривлекательной действительности мира реального», и *социалистическая*, ориентирующая посетителей к познанию окружающего мира под лозунгом «Развлекая – просвещать и воспитывать» [3, с. 15–16]. И все же будет неверным однозначно утверждать, что «социалистические» дискотеки были чрезмерно идеологизированными. К началу 1980-х гг. давление со стороны комитетов комсомола относительно выбора ведущим репертуара танцевального вечера было минимальным.

Дуализм данного явления в том, что диско является танцевальным элементом массовой коммуникации, а дискотека выступает информационной системой, в которой творцом (передатчиком информации, транслятором) выступает диск-жокей, а пользователями – диско-абоненты. В историко-культурной ретроспективе данный феномен так двояко и развивался – как диско и как дискотека. Очевидно и то, что дискотека, как новый для того времени канал массовой коммуникации, стала частью культурного комплекса.

Постепенно популярность термина «дискотека» раздвинула границы его понимания и повседневного употребления. В последние годы понятие «дискотека» понимается в основном в качестве синонима «клубной танцевальной вечеринки», что говорит о расплывчатости терминологического понимания. Анализ процесса диско-коммуникаций расширил сущностное понимание и соотношение понятия «дискотека», а также позволил классифицировать компоненты соответствующей развлекательно-досуговой структу-

ры: 1) источник информации (диско-композиция); 2), передатчик информации (диск-жокей является коммуникантом, передающим диско-информацию); 3) каналы коммуникации (дискотека или диско-клуб); 4) получатели сообщений танцевального назначения (реципиенты – посетители дискотеки). В условиях дискотеки аудитория выступает итоговым этапом коммуникации лишь в узком значении, поэтому понятие «диско-коммуникация» предлагается толковать следующим образом: 1) коммуникация (общение) в условиях дискотеки или диско-клуба; 2) коммуникация (общение) в филофоническом сообществе: покупка, продажа, обмен, перезапись грампластинок (то есть дисков).

Диско как система средств связи стала специфической формой общения между посетителями соответствующих клубных досуговых учреждений (зрителями-слушателями) и диск-жокеями (иногда – музыкантами-исполнителями), что определяет данный процесс как форму коллективного напряженного эмоционального опыта, влияющую на композицию произведения и на отдельные признаки манеры подачи звуковых сообщений в изолированном помещении (дискотеки, диско-клуба).

Теперь становится очевидным существование особого дуалистического социоинформационного кольца в пространстве досуга и бизнес-пространстве, что можно условно назвать «дискосферой» (по аналогии с «ноосферой»). В этом кластере сформированы субкультурные правила и проявляются определенные исторические закономерности, а кроме того действуют специфические социально-коммуникативные установки.

Библиографический список

1. Бондаренко, В. В. Энциклопедия популярной музыки [Текст] / В. В. Бондаренко, Ю. В. Дроздов. – Минск : Экономпресс, 2002. – 416 с.
2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации [Текст] / Д. П. Гавра. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с.
3. Запесоцкий, А. С. Дискотека в досуге молодежи [Текст] / А. С. Запесоцкий. – Л. : Знание, 1987. – 19, [1] с.
4. Зверев, А. Комментарий ди-джея. Что это такое [Текст] / А. Зверев // Журналист. – 2010. – № 11. – С. 49–50.
5. Коротков, С. А. История современной музыки [Текст] / С. А. Коротков. – Изд. 2-е, испр. – Х. : ФЛП Коваленко А. В., 2011. – 496 с.
6. Михайлин І. Л. Журналістська освіта і наука / І. Л. Михайлин. – Суми : Університетська книга, 2009. – 336 с.
7. Ольгин, Б. Дискотека внутри и снаружи [Текст] / Б. Ольгин // Клуб и художественная самодеятельность. – 1979. – № 21. – С. 17–19.

8. Переверзев, Л. Феномен диско: [I storona] [Tekst] / Л. Переверзев // Ровесник. – 1979. – № 11. – С. 26–29.
9. Перетятко Ю. Львівський рок: півстоліття боротьби. [Мемуарно-довідкова збірка] / Ю. Перетятко. – Львів : Лібра-ВР, 2007. – 120 с.
10. Попов Н. П. Индустрия образов: идеологические функции средств массовой информации в США / Н. П. Попов. – М. : Политиздат, 1986. – 144 с.
11. Рождение звукового образа: (художественные проблемы звукозаписи в экранных искусствах и на радио) / [сб. ст. – Е. Дуков, И. Орлова, А. Иванов, В. Медведева и др. ; сост. Е. М. Авербах]. – М. : Искусство, 1985. – 239 с.
12. Синеокий О. В. Феномен диско-комунікації: DONNA SUMMER, GILLA, DEE D. JACKSON, BONEY M., LA BIONDA, SUPERCHARGE, CHILLY... / О. В. Синеокий // Вісник Харківської державної академії культури : [зб. наук. праць.] – Вип. 39 / ХДАК; відп. ред. В. М. Шейко. – Х. : ХДАК, 2013. – С. 42–51.
13. Синеокий, О. В. Феномен диско-коммуникации: социально-экономическая природа, психологический механизм, политико-географическая структура, информационно-правовые тренды [Текст] / О. В. Синеокий // Теоретическая и прикладная экономика. – 2012. – № 01. – С. 154–293.
14. Синеокий, О. В. Диско-комунікація як особливе масовидне явище [Текст] / О. В. Синеокий // Психологія і суспільство. – 2013. – № 3. – С. 82–92.
15. Синеокий, О. В. От социалистической модели дискотеки к теории диско-коммуникации [Текст] / О. В. Синеокий // Право и жизнь. – 2013. – № 175 (1). – С. 97–116.
16. Соколова, Н. Л. Популярная культура в эпоху «новых» медиа : социальный анализ культурных практик [Текст] : дис. ... д-ра философ. наук: 09.00.11 / Н. Л. Соколова ; Самарский гос. ун-т. – Самара, 2010. – 354 с.
17. Холод, О. М. Комунікаційні технології / О. М. Холод. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 212 с.
18. Югин, И. Рок-лексикон. Словарь рока и популярной музыки [Текст] / И. Югин. – М. : Изд-во А. В. Галина, 2011. – 304 с.
4. Zverev, A. Kommentarij di-dzheja. Chto jeto takoe [Tekst] / A. Zverev // Zhurnalist. – 2010. – № 11. – S. 49–50.
5. Korotkov, S. A. Istorija sovremennoj muzyki [Tekst] / S. A. Korotkov. – Izd. 2-e, ispr. – H. : FLP Kovalenko A. V., 2011. – 496 s.
6. Mihajlin I. L. Zhurnalists'ka osvita i nauka / I. L. Mihajlin. – Sumi : Universitets'ka kniga, 2009. – 336 s.
7. Ol'gin, B. Diskoteka vnutri i snaruzhi [Tekst] / B. Ol'gin // Klub i hudozhestvennaja samodejatel'nost'. – 1979. – № 21. – S. 17–19.
8. Pereverzev, L. Fenomen disko: [I storona] [Tekst] / L. Pereverzev // Rovesnik. – 1979. – № 11. – S. 26–29.
9. Peretjat'ko Ju. L'vivskij rok: pivstolitija borot'bi. [Memuarno-dovidkova zbirka] / Ju. Peretjat'ko. – L'viv : Libra-VR, 2007. – 120 s.
10. Popov N. P. Industrija obrazov: ideologicheskie funkcii sredstv massovoj informacii v SSHA / N. P. Popov. – M. : Politizdat, 1986. – 144 s.
11. Rozhdenie zvukovogo obraza: (hudozhestvennye problemy zvukozapisi v jekrannyh iskusstvah i na radio) / [sb. st. – E. Dukov, I. Orlova, A. Ivanov, V. Medvedeva i dr. ; sost. E. M. Averbah]. – M. : Iskusstvo, 1985. – 239 s.
12. Sineokij O. V. Fenomen disko-komunikacii: DONNA SUMMER, GILLA, DEE D. JACKSON, BONEY M., LA BIONDA, SUPERCHARGE, CHILLY... / O. V. Sineokij // Visnik Harkivs'koï derzhavnoï akademii kul'turi : [zb. nauk. prac'] – Vip. 39 / HDAK; vidp. red. V. M. Shejko. – H. : HDAK, 2013. – S. 42–51.
13. Sineokij, O. V. Fenomen disko-kommunikacii: social'no-jekonomiceskaja priroda, psihologicheskij mehanizm, politiko-geograficheskaja struktura, informacionno-pravovye trendy [Tekst] / O. V. Sineokij // Teoreticheskaja i prikladnaja jekonomika. – 2012. – № 01. – S. 154–293.
14. Sineokij, O. V. Disko-komunikacija jak osoblive masovidne javishhe [Tekst] / O. V. Sineokij // Psihologija i suspil'stvo. – 2013. – № 3. – S. 82–92.
15. Sineokij, O. V. Ot socialisticheskoy modeli diskoteki k teorii disko-kommunikacii [Tekst] / O. V. Sineokij // Pravo i zhizn'. – 2013. – № 175 (1). – S. 97–116.
16. Sokolova, N. L. Populjarnaja kul'tura v jepohu «novyh» media : social'nyj analiz kul'turnyh praktik [Tekst] : dis. ... d-ra filosof. nauk: 09.00.11 / N. L. Sokolova ; Samarskij gos. un-t. – Samara, 2010. – 354 s.
17. Holod, O. M. Komunikacijni tehnologii / O. M. Holod. – K. : Centr uchbovoï literaturi, 2013. – 212 s.
18. Jugin, I. Rok-leksikon. Slovar' roka i populjarnoj muzyki [Tekst] / I. Jugin. – M. : Izd-vo A. V. Galina, 2011. – 304 s.

Bibliograficheskij spisok

1. Bondarenko, V. V. Jenciklopedija populjarnoj muzyki [Tekst] / V. V. Bondarenko, Ju. V. Drozdov. – Minsk : Jekonompress, 2002. – 416 s.
2. Gavra, D. P. Osnovy teorii kommunikacii [Tekst] / D. P. Gavra. – SPb. : Piter, 2011. – 288 s.
3. Zapesockij, A. S. Diskoteka v dosuge molodezhi [Tekst] / A. S. Zapesockij. – L. : Znanie, 1987. – 19, [1] s.