

інформації вони мають низку переваг, що дають можливість залучити велику кількість аудиторії та знайти до неї правильний підхід.

Список використаних джерел:

1. Базиленко А. 90% українських користувачів інтернету активно користуються принаймні однією соціальною мережею [Електронний ресурс] / Анна Базиленко // Watcher. – 10.06.2016. – Режим доступу: <http://watcher.com.ua/2016/06/10/90-ukrayinskyh-korystuvachiv-internetu-aktyvno-korystuyutsya-prynaumni-odniyeyu-sotsialnoyu-merezheyu/> (дата звернення: 02.12.16). – Назва з екрана.
2. Дмитренко О. Українська аудиторія Facebook демонструє фантастичні темпи росту – збільшилась на третину всього за 7 місяців [Електронний ресурс] / Олег Дмитренко // Watcher. – 25.11.16. – Режим доступу: <http://watcher.com.ua/2016/11/25/ukrayinska-audytoriya-facebook-demonstruye-fantastychni-tempy-rostu-zbilshylas-na-tretynu-vsogo-za-7-misyatsiv/> (дата звернення: 02.12.16). – Назва з екрана.
3. Boyd D. M., Ellison N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship [Digital resource] / D. M. Boyd, N. B. Ellison // Journal of Computer-Mediated Communication. – 13(1). – 2007. – Mode of access: <http://www.english.illinois.edu/-people-faculty/debaron/582/582%20readings/boyd%20sns.pdf> (day of resorting: 02.12.16). – Title from the screen.
4. Grush L. Messages from space: a Q&A with NASA's social team [Digital resource] / Loren Grush // The Verge. – 29.06.16. – Mode of access: <http://www.theverge.com/2016/6/29/12057914/nasa-social-media-team-interview-mars-curiosity-twitter-snapchat> (day of resorting: 02.12.16). – Title from the screen.

Докашенко В.Г.

студент,

Запорізький національний університет

«ПАНК-РОК» КУЛЬТУРА ЯК ОБ'ЄКТ МУЗИЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Розвиток світу відбувається безперервно, кожного дня в світі відкривається щось нове. Журналістика, як наука розвивається постійно, деякі елементи, які в процесі свого створення мали за мету стати елементом розважальної течії, сьогодні є серйозним джерелом інформації. Інформацію про культуру починають відносити не лише до художньо-публіцистичного жанру журналістики, а також і до аналітичного та інформаційного. Змінюється ставлення не лише до класичної та народної культури, а й до рок-культури.

Рок-культура – це особливий вид субкультури або контркультури, де рушійною і організуючою силою є рок-музика. Рок-культура – це культура слухачів рок-музики і споживачів продуктів індустрії, яка виникла навколо цієї музики (від звукозаписів до стилю в одязі та аксесуарах). Рок-культура протиставляє себе культурі повсякденного, позиціонує себе як анти естетичних деструктивна течія. Разом з тим, агресія і деструктивний початок рок-культури виявляється дуже співзвучним настроям підлітків, які перебувають в так званому перехідному віці і переживають складні, часом болючі, психофізіологічні зміни організму.

Розвиток рок-журналістики, в концепції відображення окремої рок-культури, прийшов на кінець шестидесятих років. Масове захоплення гуртом

The Beatles добігло кінця, The Rolling Stones вже не мали шаленого успіху в аудиторії. Нове покоління, народжене в п'ятдесятих роках, не розуміло музики, яку слухали їх батьки. В той самий час, соціальне та економічне становища в США та Великобританії було нестабільним, війна у В'єтнамі здавалася безкінечною. Такі музиканти, як Іггі Поп, чи Лу Рід, приходили на заміну «The Beatles» та «The Who». Стиль виконання Іггі Попа в гурті «The Stooges» був набагато агресивнішим, ніж у інших гуртів того часу. В той же час в музичному плані гурт не робив революції – пісні мали таку саму концепцію, як у ранніх рок-гуртів, таких, як: «The Yardbirds» чи «The Rolling Stones».

Зародження першої окремої і повністю сформованої в усіх напрямках рок-культурної течії, починається з виступу гурту «Ramones», в 1974 році, музичний стиль гурту отримує назву «панк-рок» («панк» в перекладі з англійської мови – «негативний»). Гурт «Ramones» грали музику, яка не схожа за звучанням та тематикою текстів на існуючі на той момент жанри. Великі музичні видання не звертали уваги на стиль гурту, який фактично відкривав нові грані рок-культури. Рок-музика сімдесятих років – це мелодичність гурту The Beatles з експериментами «перевантаження» музики, тому жорстке звучання з невиразністю музичного малюнку разом в поєднанні з текстами, що піднімали соціальні теми, було фактично народженням нового стилю. Зовнішній вигляд виконавців: джинси, шкіряні куртки та кеди, які фактично вводили в світ музики бруталність. Рок-виконавці періоду зародження панк-року були схожі на хіпі. Стиль гурту «Ramones» стає джерелом для створення такого засобу масової інформації, як «панк-фензін».

Фензін – аматорське малотиражне періодичне чи неперіодичне видання (журнал, інформаційний бюлетень, фотоальбом, альманах тощо). Фензіни випускаються починаючими журналістами для задоволення потреб невеликої групи читачів (часто представників субкультур).

Першим фензіном про «панк-рок» музику був журнал «Punk Magazine». Журнал «Punk» створюють Джон Холмстром і Легс Магніл, головною ідеєю видання стає публікація матеріалів про нову течію рок-музики. В журналі замість фото використовуються карикатури, які підкреслюють ту чи іншу сторону виконавця. Немає великих аналітичних матеріалів. Публікують статті не лише про музичну складову «панк-рок» культури, а й про відображення панку в різних культурних проявах. Тому в виданні друкувалися роботи Енді Уорхала, який співпрацював з виданням в якості художника, твори жінок-письменниць, творчість яких не входила в кордони літературної складової країни.

Розповсюдження панк-фензінів відбувається за допомогою передачі з «рук в руки». Так про гурт «Ramones» стає відомо в Великобританії. «Панк-рок» культура в Великобританії швидко набуває популярності серед молоді, і створюється молодіжна субкультура під назвою «панки». Повторюючи американський шлях «панк-рок» журналістики, друкуються фензіни: «Sniffin' Glue», «Blam!», «Bombsite», «Wool City Rocker», «Burnt Offering», та багато інших. На відміну від США, де існувало всього декілька «фензінів»: «Punk», «Flipside», та «Maximum RocknRoll», тому «панк-рок» субкультура в Британії швидко отримує ідеологічну складову і проявляється в протидіях політичній системі країни.

Спроби влади заборонити виступи панк-рок гуртів мають діаметрально протилежний ефект, тому влада країни приймає рішення дозволити всім

засобам масової інформації робити матеріали про «панк-рок». В Великобританії «панк-рок» гурт «Sex Pistols», з починаючими музикантами, перетворюється в комерційно-успішний гурт «Sex Pistols», в якого є свій менеджер, який вирішує всі питання: як творчого, так і комерційного характеру. «Панк-рок» «фензіни» перестають користуватися попитом у аудиторії з тієї причини, що нова субкультура оглядається практично в усіх засобах масової інформації.

Великотиражні засоби масової інформації сприяли тому, що відношення до панк-рок культури у молоді ставало негативним. Фензіни, які залишаються після штучної популяризації панк-року, перестають бути цікавими аудиторії, починають приділяти увагу новим, течіям рок-музики.

Панк-рок панував в світі рок-музики менше десяти років, але в той самий час створив фактично фундамент для більшості стилів рок-музики.

Головна заслуга «панк-рок» журналістики, в вигляді «панк-фензів», полягає в тому, що підхід по музичній журналістики повністю змінюється. До появи «фензів» в музичних виданнях працювали здебільшого музичні критики, які оцінювали нові гурти, порівнювали творчість, робили прогнози. Редакційна політика видання створювала кордони, через які починаючим музикантам було важко подолати. «Фензіни» навпаки створювалися фанатами музики, головною концепцією видання була не критика, а спроба відкрити музикантів, розвивати музичну культуру. «Панк-фензіни» дали змогу розвиватися новим стилям журналістики.

Список використаних джерел:

1. Макнил Л. Прошу, убей меня! [Подлинная история панк-рока в рассказах участников] / Легс Макнил, Джиллиан Маккейн; [пер. с англ. А. Скобин, М. Долгов]. – М.: Альпина нон-фикшн, 2012. – 464 с.
2. Спирин Д. Тупой панк-рок для интеллектуалов: Бунтари на руинах СССР! / Д. Спирин. М.: АСТ: Кладезь, 2014. – 352 с.
3. Путешествие Металлиста // Metal – A Headbanger's Journey [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imdb.com/title/tt0478209/>.

Карунський А.В.

студент;

Санакуєв М.Г.

*кандидат філософських наук, старший викладач,
Інститут журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка*

PR-ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ПОСЕРЕДНИК У СОЦІАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ

Людина – істота соціальна. Це твердження дуже легко підтвердити, якщо озирнутись навколо й побачити, що кожна особа прагне опинитись у структурі однієї або декількох соціальних груп. Людина керується певними визначеними правилами спільноти до котрої вона належить, без соціуму вона стає вигнанцем