

Олег Синюк – професор кафедри журналістики
Запорізького національного університету,
докторант Інституту журналістики та масової комунікації
Класичного приватного університету,
кандидат юридичних наук, доцент

Поп- і рок-фестивалі як інструмент впливу на споживачів фонографічної продукції та факультативний елемент рекордингової системи Центрально-Східної Європи

У статті викладено аналіз розвитку фестивального руху на території окремих посткомуністичних країн Центрально-Східної Європи. Автором проводиться соціально-комунікаційна характеристика і розкриваються інформаційні засади організації рок- і поп-фестивалів. Особливе місце в авторському підході відведено висвітленню соціокомунікативних особливостей подібних форумів за часів соціалізму. За авторською концепцією рок-фестивалі уявляють масовидне соціальне явище, що виступає важливим компонентом міжкультурної комунікації. При цьому автором переконливо доведено, що цій колективній формі музично-політичної взаємодії притаманна особлива інформаційно-комунікативна природа.

Ключові слова: фестиваль, рок, поп, музика, комунікації, Центрально-Східна Європа.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сьогодні неможливо уявити нині світ без музики і без музичного мовлення. Тим більше важко уявити собі світ популярної культури без поп- і рок-фестивалів, що уявляють широкий доступ на відкритих майданчиках до музико-звукових повідомлень у вигляді безперервного концерту або різних окремих концертів. Щорічно проводяться сотні рок-фестивалів. Утім під впливом низки системних факторів поступово з'явилися додаткові нові риси, в тому рахунку ностальгічної, агресивної, націоналістичної та іншої спрямованості, звідси у соціальному сенсі дослідження цього явища є актуальним. Потрібно визнати, що проблеми фестивального руху з позиції науки соціальної комунікації в колишніх соціалістичних країнах Центрально-Східної Європи в контексті загальної історії ХХ століття, а також на сучасному етапі, перебувають за межами досліджень. З цих причин сьогодні постає питання про дослідження соціокомунікативної складової становлення і розвитку рок-фестивального руху та диско-комунікації колишніх соціалістичних країн Центрально-Східної Європи, що і є предметом цієї публікації на прикладі Східної Німеччини, Угорщини, Болгарії, Румунії та Польщі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Спочатку визначимо, що до поняття «візуальні комунікації» у нашому дослідженні відносяться музичні телебачення, відео, документально-музичне, науково-популярне та музично-художнє кіно, концертна діяльність і фестивальний рух. Саме останній є додатковим (факультативним, допоміжним) компонентом *диско-комунікації* як більш загального явища, що відбувається в двох музично-соціальних підсистемах – професійного (організатори) та дозвіллевого (відвідувачі) спрямування. Виходячи із цього, користувачами інформаційної системи, основну ланку якої займають музичні фестивалі, є відвідувачі концертів, тобто споживачі візуального та звукового рядів, які умовно можуть бути зазначені як диско-абоненти. Як бачимо, музичні фестивалі за жанрово-стильовою структурою складаються з багатьох підвидів (джаз, фолк, диско, блюз, рок, поп і т.п.), серед яких соціально-комунікативна складова має найбільший вираз у двох останніх – рок-музика і поп-музика. Саме цей масововидовий музичний напрямок за часів соціалізму став важливою складовою, на рівні поглибленої справжньої взаємодії, детермінуючи формування системи соціальних комунікацій нового рівня. Фактично фестивальний рух є масовим святкуванням, де глядачам-слухачам надсилаються інформаційні повідомлення певної спрямованості [3, с. 82].

Рок-, поп- та диско-фестивальний напрямок у сфері дозвілєвої діяльності молоді соціалістичних країн Центрально-Східної Європи став важливою складовою формування нової системи соціальних комунікацій сучасних держав цього регіону. Сьогодні у країнах Центрально-Східної Європи, штучно намагаючись відмежуватися від свого минулого, організовуються музичні

конгреси, на більшості з яких *інформаційно-технологічна складова* суттєво випереджає *соціально-комунікативну*. Утім стабільно високим соціальним попитом користуються саме рок-фестивалі, що формуються в умовних двох протилежних ідеологічних нішах – *актикомуністичної*, де збираються прихильники екстремістської спрямованості, й *ностальгічної* (так звана «Retromania»), на яких рок-виконавці з соціалістичного періоду намагаються розвіяти соціально-психологічну тугу глобального характеру та кожної особи через власні суб'єктивні спогади.

Говорячи про фестивальний рух в **Угорщині** у соціалістичний період потрібно відзначити, що угорське керівництво щодо доброзичливо відносилося до проведення подібних заходів. У результаті в різних мальовничих районах, здебільшого прилеглих до озера Балатон, проводилося досить багато музичних форумів, на яких широко була представлена як угорська поп-музика, так і виступали зарубіжні гості. З 1981 р. і до теперішнього часу в Будапешті щороку проходить «Весняний фестиваль», який є одним з головних подій культурного життя угорців. Рух музичних фестивалів в Угорщині стало активно розвиватися з початку 1990-х років через зростаючого попиту. З цього часу були засновані такі фестивалі, як «Sziget» та «Hegyala».

У **Болгарії** з 1965 по 1999 рр. у різних концертних залах, розташованих на Сонячному березі, проводився популярний конкурс «Золотий Орфей», структурно складається з двох частин – Міжнародного конкурсу та Конкурсу болгарської пісні. За умовами конкурсу виконання пісень учасниками повинно було здійснюватися в режимі «live» у супроводі естрадно-симфонічного оркестру Комітету радіо і телебачення. Цей конкурс в період 1970-80-х років регулярно транслювався по ЦТ в СРСР. Як національний фестиваль болгарської пісні «Золотий Орфей» ще діяв до 1999 року [1]. Таким чином, серед володарів «Гран-прі» та першої премії за чверть століття існування фестивалю «Золотий Орфей» було всього вісім представників Болгарії. З невеликою перервою «Золотий Орфей» був показаний російським телеглядачам в останній раз в 1992 році.

У соціалістичний період в **Румунії** міжнародних музичних фестивалів, які залишили знаковий інформаційний слід у розвитку поп-музики і рок-культури це країни чи балканського регіону, не проводилося. Робота у даній сфері була обмежена нечисленними регіональними форумами, здебільшого орієнтованими на народний фольклор. Сьогодні в організації міжнародних фестивалів популярної музики проглядаються нові грані сучасної політики в сфері соціального впливу на молоде покоління.

У **Польщі** Міжнародний вокальний пісенний конкурс, який часто порівнюють з Євробаченням, під назвою Міжнародний фестиваль пісні (пол. *Międzynarodowy Festiwal Piosenki Polskiej – Sopot Festival*) щорічно проводився в Лісовій Опері міста Сопот з 1961 року [5]. Організатором проведення цього фестивалю виступало Польське державне телебачення «ТVP». Але вже з 1994 року фестиваль проводиться під патронатом приватного телеканалу «TVN». За оцінками фахівців «Sopot Festival», поряд з Фестивалем польської пісні, проведеним в Ополе, досі є найбільшим музичним фестивалем у Польщі [2, с. 204].

З 1973 року конкурс все більше прив'язується до фірм грамзапису і з 1974 року він був об'єднаний з конкурсом фірм грамзаписів. У конкурсі 1977 року був цілий ряд видатних виконавців з соціалістичних країн – Хелена Вондрачкова, Каті Ковач, Іржі Корн, Мариля Родович (якої на цей раз дали лише втішний приз, хоча «Різнобарвні ярмарки» здобула величезну популярність, особливо в СРСР), Здіслава Сосницького, Лілі Іванова, група КРАЙС, Франк Шебель. У 1996 і 1999–2004 рр. конкурс у номінації «Sopot Music Festival Grand Prix» в рамках фестивалю не проводився [6]. Після краху соціалістичної системи конкурс дуже швидко втратив колишню значимість, переформатувати на невеликі провінційні концерти. Існує ще один щорічний фестиваль музики – Національний фестиваль польської пісні в Ополе «KFPP» (*Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej w Opolu*), що проводиться в Польщі з 1963 року. Фестиваль був задуманий з ініціативи польських журналістів Mateusza Świącickiego і Jerzego Grygolunasa для підведення щорічних підсумків музичних досягнень польських авторів пісень і виконавців. Традиційними організаторами цього фестивалю є «Polskie Radio» і «Telewizja Polska», а також «Товариство друзів Ополе». У 1970-ті роки такі фестивалі були досить вдалими. У місті Зелена-Гура (Zelena-Gura) з 1965 року проходив Міжнародний фестиваль радянської пісні, за умовами якого польські виконавці співають пісні російською мовою. Фестиваль проіснував з 1960-х до кінця 1980-х років і став одним з найбільш вагомих музичних форумів Польщі, фактично знаковим культурною подією. У 1980-ті роки, фестиваль припинив своє

функціонування. Утім, в 2008 році ідея «втраченого» фестивалю підштовхнула до дій за «реанімації» цього форуму, але вже під дещо іншою назвою – «Фестиваль російської пісні».

Одним з найбільш знакових фестивалів рок-музики, що проводяться в країнах соціалістичного блоку в 1980-ті роки, був «Jarocin Festival», який і на сьогоднішній день залишається найбільшим фестивалем альтернативної музики колишніх соціалістичних країн. Цей фестиваль став першим офіційним рок-форумом, проведеним на території Польщі і першим заходом такого роду в цілому на території колишнього комуністичного табору [7]. Спочатку «Jarocin Festival» замислювався як місцевий аналог фестивалю у Вудстоці – з його вільною атмосферою і всіма витікаючими звідси наслідками. В результаті даний музичний форум став своєрідним острівцем вільнодумства в Польщі, який проводився протягом трьох днів, як правило, на самому початку серпня. Слід підкреслити, що в останні роки в Польщі відроджуються музичні фестивалі, орієнтовані на участь, головним чином, музикантів з країн колишньої соціалістичної співдружності.

З 2007 р. в Берліні, Ерфурті та інших містах більшою частиною **Східної Німеччини** успішно проходять фестивалі «Ost-Rock Klassik», в яких приймають участь відомі рок-музиканти колишньої НДР – KARAT, Veronika Fischer, Werther Lohse, SILLY & Anna Loos, Dirk Michaelis, Ute Freudenberg, PUHDYS та інші. В цілому ж в об'єднаній Німеччині телеканали, що розташовані в західних землях, відмовляються транслювати музичні програми «нових земель» з музикою НДР.

Інформаційно-розважальний контент, основними компонентами якого виступають телевізійні, радіо- і відео-програми, концертно-фестивальна діяльність, а, крім того, відповідна диско- та рок-атрибутика, включений до структури соціальних комунікацій у сфері музичного звукозапису.

За загальним концептом, на чому ґрунтується теорія Г.-М. Мак-Люена, візуальні засоби поширення інформації є одним з базових типів «технологічного розширення свідомості» [4], де звукове супроводження повідомлення виступає лише додатковою ознакою. За нашим дослідженням, ці теоретичні положення не можуть бути уніфікованими до звукозапису як особливого соціально-комунікаційного інституту, а звідси мають бути дещо уточненими: в музичному звукозаписі навпаки аудіальна компонента постає центральною віссю, а візуальний ряд фонограми може використовуватися переважно з факультативною метою – «підштовхнути механізми формування відео-образів у свідомості». Звідси виникають підстави для побудови умовної формули у наступний спосіб: $[MЗК \Rightarrow MЗ(\frac{1}{2})] \approx [MP(\frac{1}{2}) + MЗK\uparrow\uparrow] \ggg [MT(\frac{1}{2}) + MЗK\uparrow\downarrow]$, що означає сукупну комутацію музичного звукозапису (МЗ), де музичне радіо (MP) щодо сприйняття музико-звукового контенту (МЗК) випереджує музичне телебачення (MT). До того ж, парадоксальність цієї формули укладається ще й у тому, що комунікативний компонент (1) передує комунікаційний (2), а не навпаки.

У нашому випадку, соціальна комунікація – це не тільки наявність обміну повідомленнями, але й способи та засоби власне передавання музико-звукової/звуко-музичної інформації (інформаційно-комунікаційний аспект) та ще співпереживання її сутності (психокомунікативний аспект). «Живий» концерт передбачає співпереживання відправника інформації (музиканта, співака, гурту) й отримувача (кожного суб'єкта з аудиторії). У цьому контексті окремо потрібно відзначити, що в процесі масштабних концертних рок-акцій (на відміну від камерних та напівакустичних – наприклад, таких, як *Unplugged*) найчастіше відбуваються комунікації таких основних типів і підтипів: 1) *внутрішні – первинні*, де сольний виконавець [I-а] або лідер-вокаліст гурту [I-б] вербально та/чи невербально взаємодіє з іншими учасниками основного [II-б] або супроводжуючого музичного колективу [II-а] в процесі виступу, згідно з типовим сценарієм яких інші суб'єкти (у т.ч. слухачі/глядачі, які безпосередньо знаходяться у залі) долучаються до таких комунікацій в мінімальному обсязі з факультативною метою; *вторинні* – комунікації учасників виступу [I-а], [I-б] з *допоміжними* (технічний персонал – звукооператори, відеоосвітлювачі та ін.) [III-а] і *додатковими* (адміністрація, сек'юриті, поліція, пожежні й т.п.) [III-б] суб'єктами (Формула 1: $([I-а] \Leftrightarrow [II-б] \dots \int \dots [I-б] \Leftrightarrow [II-а] \dots \vee \dots [IV-а] \leq [IV-б])$); 2) *зовнішні – первинні*, де за комунікаційною схемою лідер [I-а], [I-б] безпосередньо взаємодіє з усіма слухачами/глядачами (активними та пасивними), що знаходяться у залі [IV-а] та *вторинні*, де в інших учасників гурту [V-а] (рідше – супроводжуючого інструментального складу) [V-б] відбувається вибіркове експрес-спілкування з представниками залу (активними слухачами/глядачами), що потрапили до їхнього комунікаційного кола (сектора впливу) [IV-б] (Формула 2: $[I-а] + [I-б] \not\approx [III-а] + [III-б] \dots \int \dots [V-а] \geq [V-б] \Leftrightarrow [IV-б]$).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, комунікації першого типу (внутрішні первинні й вторинні) відносяться до горизонтальних комунікативних зв'язків, а другого типу (зовнішні первинні й вторинні) – до вертикальних комунікативних зв'язків. І нарешті ретроспективно підсумовуючи визначимо, що основним джерелом розповсюдження *оригінальної музико-звукової інформації* у другій половині ХХ ст. було *радіо*, а з початку ХХІ ст. в нових інформаційних умовах основним засобом споживання копій фонографічної продукції (легальної та контрафактної) став *Інтернет*. На рок-концерті звук поділяє центральне місце з «картинкою». Тим не менш, візуальний ряд (теле- та відеозображення комунікаторів) має факультативне значення як допоміжний комунікативний засіб, який в певних випадках може бути, навіть, зайвим (як наслідок – погіршення сприйняття комунікантом музики виключно у звуковому форматі). Тож, споживання різних видів фонографічної продукції є особливим типом музико-звукових комунікацій. Докладне вивчення цього питання і ґрунтовний розгляд новітніх тенденцій, що відбуваються у філофонічній сфері Центрально-Східної Європи (до якої безумовно належить й Україна) є нашою подальшою дослідницькою **перспективою**.

Література

1. Золотой Орфей // Википедия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Золотой_Орфей.
2. Капитановский М. Во всем виноваты «БИТЛЗ» / Максим Капитановский. – М. : Вагриус, 2006. – 384 с.
3. Курнацька Г.М. Рок-журнали в контексті розвитку української музичної періодики / Г.М. Курнацька // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2012. – № 1. – С. 81–84.
4. Мак-Люэн М. Понимание медиа : внешние расширения человека = Understanding Media : The Extensions of Man / М. Мак-Люэн ; [пер. с англ. В. Николаева]. – М. : Кучково поле, 2007. – 464 с.
5. Международный фестиваль песни в Сопоте // Wikipedia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Международный_фестиваль_песни_в_Сопоте.
6. Международный фестиваль польской песни «Сопот» / Międzynarodowy Festiwal Piosenki Polskiej – Sopot Festival [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pesnyagoda.nm.ru/sopot.htm>.
7. Музыкальные фестивали ближнего зарубежья // @music [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://music.com.ua/analytics/2009/06/07/29269.html>.

Синеокій О. В. Поп- и рок-фестивали как инструмент воздействия на потребителей фонографической продукции и факультативный элемент рекординговой системы Центрально-Восточной Европы. В статье проанализировано развитие фестивального движения на территории отдельных посткоммунистических стран Центрально-Восточной Европы. Автором проводится социально-коммуникационная характеристика и раскрываются информационные основы организации рок- и поп-фестивалей в Венгрии, Болгарии, Румынии, Польши и Восточной Германии (в ГДР, а затем на территории восточных земель ФРГ). Особое место в авторском подходе отведено освещению социокоммуникативных особенностей подобных форумов во времена социализма. Согласно авторской концепции рок-фестивали представляют массовидное социальное явление, выступающее важным компонентом межкультурной коммуникации. При этом автором убедительно доказано, что этой коллективной форме музыкально-политического взаимодействия присуща особая информационно-коммуникативная природа.

Ключевые слова: фестиваль, рок, поп, музыка, коммуникации, Центрально-Восточная Европа.

Sineokyj O. V. Pop & Rock-Festivals as the Tool to Influence of Consumers Phonographic Products and Records Systems'Optional Element of Central and Eastern Europe. The article has contains analyzes the development of the festival moement in some post-communist countries of Central and Eastern Europe. The author carried out by social and communication characteristics and the information disclosed basis for the organization of rock and pop festivals in Hungary, Bulgaria, Romania, Poland and East Germany (in GDR and then in the eastern territories of Germany). A special place is given to the author's approach lighting sotsiokommunikativnyh features such forums during socialism. According to the author's concept of rock festivals are mass character of a social phenomenon is an important component of cross-cultural communication. In this case, the author convincingly that this collective form of musical and political cooperation has a special information-communicative nature.

Keywords: Central and Eastern Europe, festival, rock, pop, music, communications.

Адреса для листування: olegwsineoky@rambler.ru