

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
Факультет культурології та соціальних комунікацій
Кафедра культурології та медіакомунікацій

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра

РОЛЬ РОК-МУЗИКИ У ФОРМУВАННІ МЕДІА-КУЛЬТУРИ

Освітньо-професійна програма
Журналістика

галузь знань **06 Журналістика**
спеціальність **061 Журналістика**

Здобувач: Надворний Давид
Олександрович

Керівник: професор, доктор наук із
соціальних комунікацій
Маркова Вікторія Анатоліївна

Рецензент: професор, доктор наук із
соціальних комунікацій
Кобелев Олексій Миколайович

Допущений до захисту на
засіданні кафедри журналістики
« » _____ 2024 р.,

Протокол № _____

Харків 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ 1: Теоретичні основи дослідження впливу рок-музики на медіа-культуру	
1.1 Сутність медіа-культури та її зв'язок із музикою.....	5
1.2 Історичний розвиток рок-музики в контексті медіа-культури.....	7
1.3 Рок-музика як чинник культурного самовираження та соціальних змін.....	14
Висновки до розділу 1.....	20
Розділ 2: Рок-музика у цифрову епоху: трансформація взаємодії з аудиторією через сучасні медіа	
2.1 Аналіз сучасних медіа-платформ як каналу поширення рок-музики.....	24
2.2 Дослідження взаємодії рок-музики та її аудиторії через медіа.....	29
2.3 Вплив цифрових технологій на зміну моделей взаємодії між рок-артистами та слухачами.....	35
Висновки до розділу 2.....	38
Розділ 3: Рок-музика в контексті медіакультури: практичний аналіз та створення сайту як інструменту дослідження	
3.1 Огляд практичної частини дослідження: створення сайту як частина дипломного проєкту.....	41
3.2 Презентація розробленого сайту: структура, зміст і медіа-елементи.....	42
3.3 Аналіз ефективності сайту як інструменту популяризації рок-музики та її впливу на медіа-культуру.....	44
ВИСНОВКИ.....	47
Список використаних джерел.....	50
Додатки.....	52

ВСТУП

Актуальність дослідження полягає у тому, що в умовах цифрової ери рок-музика як жанр перетворилася на одну з рушійних сил масової культури, яка, взаємодіючи з медіа, здобула здатність формувати суспільні уявлення, стиль життя та культурні норми. Медіа-культура, як особливий простір сучасних комунікацій, інтегрує музику в усі аспекти життя, де рок-музика виступає не лише як джерело розваги, але і як елемент соціальної ідентифікації, культурного впливу та комунікації. Завдяки розвитку інтернету та соціальних мереж, рок-музика стала ще доступнішою для глобальної аудиторії, що підсилює її здатність впливати на різні культурні групи та поширювати ідеї, які розширюють рамки суспільного світогляду.

У сучасному світі рок-музика стала не лише жанром, а й потужним соціокультурним явищем, що охоплює численні аспекти масової культури, впливаючи на формування суспільної думки, ідентичності та цінностей. Від моменту свого зародження рок-музика постійно привертала увагу різних медіа, ставши не лише засобом вираження протесту, а й важливим фактором у формуванні медіа-культури, де вона еволюціонувала разом зі змінами суспільних настроїв, технологій та культурних тенденцій. Протягом останніх десятиліть рок-музика зазнавала впливу медійних змін та цифрових трансформацій, що привело до нових форм її сприйняття, поширення та комунікації між виконавцями та слухачами. Сьогодні медіа-простір з його численними платформами створює безліч можливостей для розвитку музичного контенту та впливу на свідомість аудиторії, що робить актуальним дослідження впливу рок-музики на сучасну медіа-культуру.

Метою цього дослідження є виявлення ролі рок-музики у формуванні медіа-культури через аналіз її еволюції в медіа-просторі, визначення впливу на культурні стереотипи, суспільні цінності та ідентичність. Для досягнення поставленої мети у роботі вирішуються такі **завдання**:

- дослідити історичний розвиток рок-музики як культурного явища, що взаємодіє з медіа-культурою;
- визначити вплив рок-музики на формування культурних стереотипів та ідентичності в суспільстві;
- проаналізувати сучасні медіа-практики, через які рок-музика взаємодіє з аудиторією, включаючи соціальні мережі, стрімінгові платформи та відеосервіси;
- виявити перспективи подальшого розвитку рок-музики в медіа-просторі та її впливу на сучасну культуру.

Об'єктом дослідження є рок-музика як соціокультурний феномен, що впливає на сучасні медіа-практики та культуру.

Предметом дослідження виступають процеси формування медіа-культури під впливом рок-музики, а також особливості медійного репрезентування цього музичного жанру та його культурний вплив.

Методологія дослідження ґрунтується на застосуванні міждисциплінарного підходу, що поєднує культурологічний, соціологічний та медіазнавчий аналізи. Робота включає аналіз наукових джерел, вивчення культурних тенденцій та інноваційних медіа-практик, які сприяють розвитку рок-музики в сучасному медіа-просторі. Результати дослідження розкриють ключові тенденції впливу рок-музики на медіа-культуру, що важливо не лише для культурологів та музикознавців, але й для широкого загалу, оскільки це дозволяє глибше розуміти динаміку культурних змін у сучасному суспільстві.

РОЗДІЛ 1: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ РОК-МУЗИКИ НА МЕДІА-КУЛЬТУРУ

1.1 Сутність медіа-культури та її зв'язок із музикою

Медіа-культура є одним із центральних явищ сучасного інформаційного суспільства, охоплюючи не лише засоби комунікації, а й саму суть сприйняття інформації людиною. Це поняття включає в себе систему ідей, образів, цінностей і норм, які транслюються через медіа-канали та впливають на колективну ідентичність суспільства. Залежно від соціальних, технологічних і культурних змін, медіа-культура постійно трансформується, що робить її багатовимірним і складним об'єктом для дослідження.

Одним із найважливіших компонентів медіа-культури є музика, яка завжди займала ключове місце в людській культурі, ще з часів, коли вона виконувала ритуальну, комунікативну і навіть політичну функції. В епоху медіа музика отримала новий рівень значущості, перетворившись із локального явища на глобальний інструмент впливу. Це відбувається завдяки технологічним інноваціям, таким як радіо, телебачення, інтернет і стрімінгові платформи, які дозволяють досягти величезної аудиторії у будь-якій точці світу.

Медіа-культура є продуктом розвитку сучасних засобів масової інформації, які одночасно формують і відображають цінності суспільства. У своїй основі це явище включає:

Медіа-простір: сукупність каналів комунікації, таких як телебачення, радіо, інтернет, соціальні мережі.

Культурний контент: наповнення цього простору ідеями, образами, звуками і текстами, які сприймаються як частина колективної пам'яті.

Аудиторія: активний суб'єкт медіа-культури, який не лише споживає контент, але й впливає на його створення через фідбек і нові технології.

Музика в цьому контексті виступає як форма медіа, що виконує відразу кілька функцій: розважальну, освітню, комунікаційну і навіть терапевтичну. Вона є не

лише частиною культури, а й механізмом її творення, що впливає на формування соціальних норм, уявлень про естетику і навіть політичних поглядів [7].

Музика є унікальним засобом комунікації, оскільки вона здатна викликати емоції, які не завжди можливо передати словами чи зображеннями. Її здатність впливати на медіа-культуру можна прослідкувати на декількох рівнях:

Ідеологічний вплив. Пісні можуть ставати символами протесту, культурного руху чи національної ідентичності. Наприклад, у 1960-х роках рок-музика стала важливим інструментом вираження антивоєнних настроїв та боротьби за громадянські права в США [3].

Формування трендів. Через медіа музичні жанри та артисти створюють модні тенденції, які впливають на стиль життя, мову, поведінку й сприйняття світу.

Глобалізація культури. Завдяки доступності інтернету та цифрових платформ, музика стала ключовим елементом глобалізованого медіа-простору. Наприклад, рок-гурти, які починали як локальні явища, сьогодні можуть здобути світову популярність усього за кілька днів [20].

Рок-музика, як один із найпотужніших музичних жанрів, займає центральне місце в медіа-культурі. Її особливість полягає у поєднанні музики, текстів і візуального контенту, які разом формують цілісну ідеологічну та естетичну систему. Це робить рок не лише засобом самовираження, а й ефективним медіа-продуктом [15].

З перших хвиль рок-н-ролу в 1950-х роках цей жанр став тісно пов'язаним із медіа. Радіо та телебачення відіграли ключову роль у популяризації рок-музики, зробивши її частиною масової культури. Згодом, у 1980-х, із появою музичних телеканалів, таких як MTV, візуальна складова стала невід'ємною частиною медійного образу рок-музики. У наш час соціальні мережі та стрімінгові платформи, такі як YouTube і Spotify, зробили цей жанр ще більш доступним і впливовим [21].

Особливу увагу варто звернути на роль текстів і тематичного наповнення пісень. Рок-музика торкається тем соціальної нерівності, політичного протесту, екзистенційного пошуку, любові та втрат. Завдяки цьому вона здатна викликати у слухачів сильний емоційний відгук і формувати колективну ідентичність. Наприклад, пісні гуртів Led Zeppelin, Pink Floyd, Nirvana стали голосом цілих поколінь, відображаючи їхній дух часу.

З розвитком цифрових технологій музика стала невід'ємною частиною глобального медіа-простору. Поява цифрових платформ дозволила зменшити залежність музикантів від великих звукозаписних компаній, відкривши їм прямий доступ до аудиторії. Для рок-музики це стало революцією, адже артисти отримали можливість самостійно керувати своїм іміджем, продавати музику і взаємодіяти з фанатами.

Таким чином, рок-музика є не лише елементом медіа-культури, а й активним учасником її розвитку. Вона формує нові цінності, транслює ідеї та служить платформою для дискусій про важливі соціальні теми.

1.2 Історичні етапи розвитку рок-музики та її медійна еволюція

У період становлення рок-музики, з кінця 1940-х до початку 1960-х років, цей жанр став основою для масштабних соціальних і культурних трансформацій. Початок рок-н-ролу тісно пов'язаний із розвитком афроамериканської музики — блюзу, ритм-енд-блюзу та госпелу, які заклали музичний фундамент для цього нового напрямку. Поєднання енергійного ритму, простих акордів і текстів, які резонували з повсякденними переживаннями молоді, забезпечило швидкий успіх рок-н-ролу серед широкої аудиторії.

Символічною постаттю цього періоду став Елвіс Преслі, чиї харизматичні виступи буквально перевернули уявлення про популярну музику. Його музика, манера виконання та сценічна поведінка стали викликом для тогочасного консервативного суспільства. Величезну роль у популяризації Елвіса відіграло телебачення. Виступи у таких програмах, як The Ed Sullivan Show, зробили його

відомим не лише в США, а й за їх межами, створюючи новий тип зірки, що існував одночасно в музичному та медіа-просторі [5].

Окрім Преслі, інші артисти, як-от Чак Беррі та Літл Річард, також внесли значний внесок у становлення рок-н-ролу. Їхній вплив виходив далеко за межі музики, змінюючи культурний ландшафт. Тексти пісень Чака Беррі розповідали про життя молоді, автомобілі, романтичні стосунки — усе те, що було близьке його слухачам. Літл Річард, у свою чергу, привніс у рок-н-рол динамічність і театральність, заклавши основи для подальших експериментів у цьому жанрі.

Водночас рок-н-рол зустрічав опір із боку консервативних кіл суспільства, які вбачали в ньому загрозу моральним цінностям. Виступи артистів супроводжувалися протестами, а радіостанції в деяких регіонах навіть забороняли трансляцію рок-н-рольних композицій. Проте ця критика лише посилювала інтерес до жанру серед молоді, яка сприймала його як символ свободи та емансипації. Рок-н-рол став першим жанром, який настільки сильно об'єднав музику, молодіжну культуру та медіа-простір, формуючи нову хвилю соціальної динаміки [5].

1950-ті роки також ознаменувалися важливими змінами у технологічному аспекті поширення музики. Виникнення транзисторних радіоприймачів зробило музику доступнішою для масової аудиторії, дозволяючи молоді слухати улюблені пісні незалежно від місця перебування. Вінілові платівки, які з'явилися в цей період, також сприяли популяризації музики. Завдяки дешевизні й зручності виробництва, платівки дозволяли швидко тиражувати нові записи, що сприяло поширенню рок-н-ролу. Радіостанції, які орієнтувалися на молодіжну аудиторію, активно використовували цей формат, що дозволило артиста швидко набувати популярності. Це створювало ефект синергії: радіо, платівки й телебачення працювали разом, формуючи новий медіа-ландшафт, у якому музика ставала важливою складовою масової культури.

На початку 1960-х років розвиток рок-музики перейшов на новий рівень, значною мірою завдяки британському впливу. Саме в цей період з'являється так

звана "Британська інвазія" — хвиля популярності британських рок-гуртів у США та інших країнах. Зокрема, The Beatles, які дебютували у 1962 році, стали одним із найпотужніших феноменів у світовій музичній історії. Їхні пісні, виконані з унікальною мелодичністю й текстами, що часто виходили за межі типових романтичних тем, привернули увагу мільйонів слухачів.

Успіх "Бітлів" значною мірою був зумовлений медіа-стратегією, яку вони використовували. Їхні виступи транслювалися по телебаченню, радіо постійно крутили їхні хіти, а друковані видання активно публікували інтерв'ю й новини про гурт. Важливо зазначити, що цей успіх виходив за межі музики: The Beatles задавали нові тренди в моді, манерах і навіть у способах мислення молоді. Вони стали першими рок-зірками глобального масштабу, використовуючи можливості медіа для створення культурного феномену [9; 17].

У цей період також з'являється чимало інших значущих артистів і гуртів, таких як The Rolling Stones, які представляли більш бунтівний, "сирий" варіант рок-музики. Вони піднімали теми соціального бунту, свободи й індивідуальності, що резонували з аудиторією, яка шукала альтернативи консервативним цінностям. Медіа активно підтримували цю хвилю, створюючи простір для поширення музичних інновацій і соціальних меседжів, які артисти вкладали у свою творчість.

Так, у 1960-ті роки рок-музика остаточно сформувалася як потужний інструмент культурного впливу. Вона більше не була просто жанром музики — рок став способом самовираження, формою соціального протесту й символом епохи, яка прагнула змін. Медійні платформи цього періоду активно взаємодіяли з музикою, використовуючи її як засіб для приваблення аудиторії й водночас формуючи нові культурні норми та тренди.

Середина 1960-х років стала періодом трансформації рок-музики від розважального жанру до більш серйозного культурного явища. Цьому сприяли не лише музиканти, але й ширші соціальні й політичні процеси, що відбувалися в світі. Одним із ключових явищ цього періоду стало виникнення рок-гуртів, які

почали звертатися до складніших музичних форм і змістовних тем. Серед таких гуртів особливе місце займають The Beach Boys і The Beatles, які наважилися експериментувати з концептуальними альбомами. Наприклад, альбом Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band (1967) від The Beatles став революційним у своєму підході до музики як мистецтва. Цей альбом не лише задав новий стандарт для індустрії, але й довів, що рок може бути серйозною формою культурного вираження [1].

У той же час розвиток технологій звукозапису дозволив створювати більш складні й насичені музичні композиції. Студійні експерименти почали відігравати центральну роль у процесі створення музики. Такі гурти, як Pink Floyd і The Doors, використовували ці можливості для створення новаторських звуків, які розширювали межі рок-музики. Поява психоделічного року також була пов'язана з культурою контркультури 1960-х років, яка протистояла традиційним цінностям суспільства, пропагуючи свободу, любов і соціальну справедливість.

Медіа почали активно висвітлювати не лише музику, але й спосіб життя рок-музикантів. Газети, журнали й телевізійні шоу створювали образи артистів, які резонували з молодіжною аудиторією. У той же час фестивалі, такі як Woodstock (1969), стали символами нового руху. Вони збирали сотні тисяч людей, демонструючи не лише музичну єдність, але й культурне самовираження. Ці події транслювалися на телебаченні та радіо, що значно розширювало їхній вплив і робило рок-музику масовим явищем [11].

Крім того, саме в 1960-х роках почалася активна інтеграція соціальних і політичних меседжів у тексти пісень. Теми протесту проти війни, захисту прав людини та боротьби за рівність стали центральними для багатьох рок-музикантів. Наприклад, пісні Боба Ділана, хоча й належали до фолк-року, мали величезний вплив на формування соціальної свідомості покоління. Його пісні на кшталт Blowin' in the Wind чи The Times They Are A-Changin' стали гімнами рухів за громадянські права й антивоєнних протестів.

Цей період також ознаменувався народженням "альбомної ери", коли музиканти почали створювати концептуальні альбоми, що були спрямовані на серйозних слухачів, готових заглиблюватися в теми й естетику творів. Альбоми почали сприйматися не лише як набір пісень, але й як цілісний художній твір. Це змінило спосіб споживання музики, стимулюючи слухачів більше уваги приділяти змісту й деталям.

Середина 1960-х років також стала періодом появи субкультур, які тісно пов'язувалися з рок-музикою. Хіпі, які виступали за мир і гармонію з природою, сприймали рок як музичний вираз своїх ідеалів. У свою чергу, це змінило спосіб створення музики: тексти ставали більш філософськими, зверненими до універсальних тем. Водночас рок-музика стала інструментом соціальної солідарності, створюючи відчуття спільності серед молоді в різних країнах.

Ця трансформація відбулася завдяки тісному взаємозв'язку між музикантами й медіа. У цей період зросла роль музичних журналістів, які писали про альбоми, виступи та феномени, створюючи певний контекст сприйняття музики. Журнали на кшталт Rolling Stone, заснований у 1967 році, стали важливими платформами для обговорення рок-музики як частини ширшого культурного ландшафту. Це підкреслювало, що рок уже не був лише розважальним жанром — він став частиною серйозного соціального дискурсу. 1970-ті роки стали етапом для рок-музики, на якому вона остаточно закріпила своє місце в культурному і медійному просторі, вплив на який продовжував зростати. У наступні десятиліття рок-музика не тільки зберігала свою популярність, але й адаптувалася до нових медіаформ і культурних тенденцій, постійно еволюціонуючи під впливом технологічних змін, політичних і соціальних трансформацій.

З розвитком нових медіаформ, таких як телевізійні шоу та нові технології звукозапису, рок-музика почала ширше використовувати візуальний компонент, що стало не менш важливим, ніж сама музика. Поява відеокліпів і MTV в 1980-х роках значно змінила сприйняття рок-музики, перетворивши її на глобальний

медіафеномен. Відеокліпи стали важливою складовою іміджу музикантів і гуртів, а також використовувались як інструмент культурної пропаганди [8].

Крім того, у цей період з'являються нові форми співпраці між музичними артистами та медіа. Із розвитком індустрії звукозапису рок-музиканти все більше взаємодіяли з кінематографом, що відкривало нові горизонти для популяризації не тільки самих альбомів, але й загальної культури, яку вони представляли. Створення документальних фільмів про гурти, як, наприклад, *The Last Waltz* (1978) про The Band, дозволило зберегти живу історію рок-музики та передати її атмосферу майбутнім поколінням [16].

Не менш важливим стало і розширення масштабів концертів. Великі рок-гурти 70-х і 80-х років (як, наприклад, Queen, The Rolling Stones чи U2) значно збільшили розміри своїх турів, які стали справжніми глобальними подіями, що охоплювали аудиторії в мільйони людей по всьому світу. Такий ріст популярності рок-музики сприяв створенню нових медіа-платформ для висвітлення цих концертів, а також для взаємодії з фанатами, які стали важливою частиною самих виступів.

Протягом 1980-х років і на початку 1990-х років виникає новий важливий напрямок у розвитку рок-музики, який вніс кардинальні зміни в її звучання і суспільне сприйняття — це гранж. Гранж виник на тлі розчарування в суспільстві, що переживало економічні труднощі, а також внаслідок загальної культурної фрустрації. З його важким, брудним звучанням та глибоким екзистенціальним змістом гранж став не просто музичним жанром, а справжнім рухом, який відображав протест і невдоволення молоді.

Символом гранжу став гурт Nirvana, лідер якого, Курт Кобейн, став іконою цілої епохи. Їхній альбом *Nevermind* (1991) став не просто платівкою, а явищем, яке вплинуло не лише на музику, а й на загальну культурну атмосферу 1990-х років. Особливо культовою стала пісня *Smells Like Teen Spirit*, яка, за словами самих учасників гурту, стала символом не лише гранжу, а й протесту проти

матеріалізму і західної культури. Тексти пісень рок-музикантів відображали теми депресії, самотності, розчарування, це дозволило рок-музиці стати емоційно та соціально актуальною для широкої аудиторії [3].

З кінця 1980-х до початку 2000-х років рок-музика продовжувала змінюватися під впливом нових медіатехнологій. Цей період став для неї часом глобалізації, адже поширення Інтернету та створення цифрових медіаплатформ дозволили значно розширити доступ до музики та до культурних явищ, що з нею пов'язані. Прогрес у цифрових технологіях та комунікаціях також змінив і способи споживання рок-музики: від купівлі альбомів і касет до онлайн-стрімінгу та соціальних мереж, що надало артистам нові можливості для самовираження [6].

У 2000-х роках значно зросла роль цифрових технологій у розвитку музики, що стало важливим фактором для інтеграції рок-музики в нові медіаформи. Інтернет дав можливість рок-артистам та фанатам створювати власний контент, організовувати онлайн-концерти і формувати спільноти, де музика, не залежно від формату, могла бути доступною кожному. Гурти, такі як Radiohead і The Strokes, використовували ці нові платформи для просування своїх альбомів, що дозволило їм створити сильну фан-базу, що об'єднала людей по всьому світу.

Загалом, цей період можна визначити як час, коли рок-музика перетворилася на справжній культурний феномен, що охоплював всі аспекти суспільства. Вона стала інструментом не лише музичного самовираження, а й потужним голосом політичного і соціального протесту. У 21 столітті рок-музика, хоч і не так активно домінує на радіостанціях чи у великих медіа-каналах, як це було раніше, залишається важливою частиною культурного ландшафту завдяки соціальним мережам, стрімінговим платформам і фанатським спільнотам, які активно підтримують і розвивають цей жанр. Таким чином, рок-музика пройшла через кілька етапів своєї еволюції і залишила значний вплив на медіа-культуру,

ставши однією з основних рушійних сил в розвитку масової культури останніх десятиліть.

1.3 Рок-музика як чинник культурного самовираження та соціальних змін

Рок-музика, з самого початку свого виникнення, не лише стала важливим елементом масової культури, але й відіграла вирішальну роль у формуванні індивідуальної ідентичності як для її прихильників, так і для ширших соціальних груп. Від самого початку вона стала засобом самовираження для людей, які шукали свій шлях у світі, що змінювався. Протягом десятиліть рок-музика була невід'ємною частиною культурних та соціальних рухів, які прагнули до змін у суспільстві, і, відповідно, стала потужним інструментом формування індивідуальної ідентичності.

Важливо зазначити, що рок-музика — це не просто жанр чи вид мистецтва. Вона стала культурним явищем, що охоплює величезну кількість соціальних груп і поколінь. Рок-музика, в основному завдяки своїй здатності виражати протест, незадоволення та бунт, стала важливим інструментом для молоді, яка намагалася знайти свою ідентичність у світі, що переживав соціальні та політичні зміни. Музика була тим важливим інструментом, який дозволяв молодим людям не тільки відчувати приналежність до певної культури чи руху, але й сформувати свій погляд на світ, самовизначитися в ньому. Таке самовираження не обмежувалося лише особистими відчуттями, а мало на меті глибше соціальне й політичне значення, яке допомагало змінювати культурні практики і соціальні норми.

Особливо важливим є те, як рок-музика сприяла формуванню соціальних стереотипів, пов'язаних з певними групами молоді. Перші значущі культурні зрушення відбулися в 1960-х роках, коли рок-музика стала не лише музичним напрямом, але й важливою частиною контркультури того часу. The Beatles стали одними з перших, хто використав свою музику для вираження соціальних і політичних ідеалів. Їхня музика, а також інші гурти, такі як The Rolling Stones і

The Doors, стали синонімами нового підходу до життя, в якому пріоритет віддавався свободі, індивідуальності та боротьбі за права людини. Підлітки та молоді люди, що прагнули відмовитися від традиційних, застарілих норм і правил, знайшли в цих гуртах відображення своїх поглядів і запитів [17].

Рок-музика стала справжнім культурним двигуном для таких рухів, як хіпі, які згодом стали відомими своїм протестом проти війни у В'єтнамі та матеріалістичного способу життя. Рух хіпі, заснований на ідеалах миру, любові і свободи, безпосередньо взаємодіяв з рок-музикою, яка стала його звуковим супроводом. Гурти, як The Beatles з їхнім альбомом *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, відображали ці ідеї у своїх піснях, що не лише змінили музичний ландшафт, але й допомогли створити новий соціальний стереотип. Це було вже не просто музичне зібрання, а культурний феномен, що об'єднував і формував ідентичність цілих поколінь [11].

У середині 1970-х років з'являється новий напрямок у рок-музиці — панк, який став більш агресивним, різким і революційним порівняно з хіпі. Панки відкидали традиційні культурні норми та ставили під сумнів соціальну і політичну систему. Однак, незважаючи на зовнішню грубість і протест, панк-музика також була важливим інструментом самовираження для молоді, яка шукала себе в умовах соціальних та економічних труднощів. Її агресивне звучання і текстова лінія, яка часто критикувала уряди, соціальну нерівність і несправедливість, стали частиною культурного ландшафту кінця 1970-х — початку 1980-х років. Панк не тільки став культурним явищем, але й створив нові стереотипи та образи, які відображали боротьбу за індивідуальність у світі, де було важко знайти власне місце.

Важливою частиною цього процесу було те, як рок-музика впливала на формування ідентичності не тільки через свої тексти, але й через своє звучання, яке допомогло розвинути нові культурні стилі. Музика стала тим інструментом, за допомогою якого молодь могла виразити свою індивідуальність, зокрема через вибір музичних уподобань. Вибір того чи іншого музичного напрямку визначав

не тільки стиль життя, а й ставлення до суспільства та інститутів, що його організують. Наприклад, ті, хто вибирав панк, часто вважали себе частиною протестного руху, який відкидав споживацьку культуру, натомість послідовники хіпі більше зосереджувалися на ідеях миру і гармонії з природою.

Таким чином, рок-музика стала не тільки культурним феноменом, але й потужним інструментом для формування індивідуальної ідентичності через її текстову та музичну складову, а також через той культурний контекст, в якому вона розвивалася.

Продовжуючи тему формування індивідуальної ідентичності через рок-музику, варто звернути увагу на те, як різні музичні жанри, підвиди та течії впливали на різні соціальні групи та культури. Важливим аспектом є те, що рок-музика, навіть в межах одного покоління, дозволяла кожному знайти свою музичну ідентичність, яка відображала індивідуальні погляди на соціальні, політичні та культурні проблеми. Кожен музичний стиль, від класичного року до панку чи гранжу, пропонував свої унікальні методи самовираження та посилював відчуття приналежності до певної культури чи руху.

Однією з найважливіших віх в еволюції рок-музики є поява гранжу на початку 1990-х років, який не тільки змінив саму природу рок-музики, але й значно вплинув на спосіб самовираження молоді. Гранж, який став символом індивідуалізму і протесту, знайшов своє вираження через гурти, такі як Nirvana, Pearl Jam, Soundgarden і Alice in Chains. Його характерними рисами були агресивне звучання, брудний звук гітар і контркультурні тексти, які часто критикували соціальні норми, комерціалізацію музики та масову культуру. Музика Nirvana, зокрема, стала культовою завдяки пісням, які зверталися до тем депресії, самотності, невдоволення життям і відсутності ідеалів у світі. Курт Кобейн, лідер Nirvana, став іконою для цілої генерації молоді, котра прагнула знайти своє місце в світі, який вважала порожнім і споживацьким. Гранж допоміг визначити нову ідентичність молоді 90-х, де важливими були не лише стереотипи і соціальні ролі, а й внутрішні переживання та емоції [14].

Незважаючи на те, що гранж був короточасним, його вплив на самовизначення молоді був величезним. Вже на початку 2000-х років багато молодих людей, особливо в США та Європі, асоціювали свою культурну ідентичність з «гранжевим» стилем життя. Це стосувалося не лише музики, а й моди, поглядів на освіту, роботу та інші соціальні аспекти. Гранж став певним культурним кодом, символом молодіжного протесту і відмови від стандартних життєвих моделей.

Однак, відштовхуючись від гранжу, можна помітити, як рок-музика з часом почала змінюватися в напрямку більш різноманітних течій і піджанрів. Наприклад, в середині 2000-х років набули популярності такі стилі, як інді-рок, електронний рок, поп-рок, а також відродження важкого року та металу. Тенденція до різноманіття та змішування жанрів дозволила молодим людям більш гнучко вибудовувати свою індивідуальність через різні музичні форми. Особливо варто виділити інді-рок, який став платформою для відображення субкультурних ідентичностей. Гурти, як The Strokes, The White Stripes, Arctic Monkeys та інші, стали символами нового покоління, яке шукає своє місце в глобалізованому світі, де традиційні уявлення про успіх і особисте самовираження вже не мали того значення, яке було у попередні роки.

Цей рух став важливою частиною формування нових підходів до ідентичності, в яких вже не було місця для традиційних поділів на «хіпі», «панків» або «гранжистів». Всі ці культурні рухи перепліталися, і молоді люди мали можливість вільно комбінувати елементи з різних музичних традицій, відмовляючись від фіксованих рамок і стереотипів, пов'язаних з окремими субкультурами. Це було важливим кроком на шляху до створення нових ідентичностей, котрі були відкритими і багатогранними.

Індивідуальність в рок-музиці також значною мірою залежала від того, як музика змінювала способи комунікації серед її слухачів. Виникнення цифрових технологій і платформ для обміну музикою, таких як YouTube, Spotify, SoundCloud, а також соціальні мережі, відкрило нові можливості для молоді.

Завдяки інтернету молоді люди могли не лише слухати музику, але й створювати свої власні музичні проекти, записувати музику вдома і обмінюватися нею з іншими людьми по всьому світу. Ці нові можливості дозволили кожному створити свою особливу музичну ідентичність, виражену через онлайн-активність, взаємодію з іншими людьми, участь у різних проектах і культурних ініціативах [19].

Таким чином, рок-музика продовжує бути важливим інструментом для самовираження і формування індивідуальної ідентичності. Від класичного року до сучасних течій, вона дозволяє кожному знайти свій власний спосіб бути почутим і зрозумілим у світі, що постійно змінюється. Музика залишається важливим інструментом для молоді, яка прагне розуміти себе і своє місце в сучасному світі.

Індивідуальна ідентичність, особливо серед молоді, значною мірою залежала від музичного контексту, який задавала рок-музика. Протягом останніх десятиліть, з розвитком технологій і нових медіа, цей процес став ще більш багатограним і доступним для ширшого кола людей.

Незмінно, рок-музика була і залишається важливим інструментом вираження протесту і соціальних змін. З приходом ери цифрових медіа, кожен молодий слухач отримав доступ до величезної кількості музичних творів, що дозволило формувати свою культурну ідентичність не тільки через звичні канали масової комунікації, але й через нові платформи. Наприклад, за допомогою YouTube, Instagram, TikTok та інших соціальних мереж, молоді люди могли ділитися своїми власними музичними вподобаннями, створювати власний контент та об'єднуватися в онлайн-спільноти, де обговорювались не лише музичні смаки, а й соціальні, політичні питання.

Рок-музика стає також важливим елементом у культурі, що формується на основі медіа-інструментів нового покоління. Завдяки цьому, кожен слухач мав змогу створювати свою персональну ідентичність у медіапросторі, що робило музичні уподобання ще більш індивідуалізованими та персоніфікованими.

Протягом 2010-х років такі інструменти, як стрімінгові платформи, наприклад Spotify або Apple Music, дозволяли людям швидко знаходити музику, яка найбільше відповідала їхнім інтересам і внутрішньому світогляду. Кожен вибір треку чи альбому, навіть в рамках одного жанру, став певним актом самовираження, що давав можливість слухачам обирати музику, яка найбільш точно відображала їхні емоції, переживання і бажання знайти своє місце в суспільстві.

Трансформація рок-музики в сучасному цифровому світі відкрила нові можливості для її інтеграції з іншими культурними явищами. Виникнення нових форм музичних впливів, як, наприклад, змішання рок-музики з електронними стилями (електронний рок, інді-рок з електронними елементами) дало молоді можливість створювати нові аудіовізуальні форми самовираження. Ці змішування музичних стилів, що виникли через вплив нових медіа, дозволяли кожному слухачу, незалежно від культурної чи соціальної приналежності, знайти свою власну музику і таким чином — свою унікальну ідентичність.

Крім того, у новому медіапросторі постійно з'являються нові способи зв'язку між музикою та її слухачами. Від популярних соціальних мереж до платформ для прямого стрімінгу музики, ці інструменти стали важливим фактором у створенні та розвитку індивідуальних ідентичностей серед фанатів рок-музики. Кожен слухач мав змогу стати частиною не тільки спільноти фанатів певного гурту чи жанру, а й створювати свою власну публічну персональність через онлайн-активність: від публікацій, відео до блогів, де ділилися своїми думками та ідеями на основі музики, яку слухають.

У результаті, рок-музика вже давно перестала бути лише суто музичним явищем. Вона стала важливим елементом сучасної медіа-культури, через який молоді люди змогли знаходити і формувати свою ідентичність, взаємодіяти з іншими субкультурами і рухами, ставати частиною глобальних культурних процесів. Кожен музичний стиль, кожен альбом або пісня створювали не просто

образ певного гурту чи жанру, а певний культурний код, який відображав настрої і прагнення цілого покоління.

Висновки до розділу 1

Підсумовуючи результати теоретичного аналізу розділу 1, можна стверджувати, що медіа-культура є важливим інструментом формування та трансформації сучасного суспільства. У контексті цього дослідження, медіа-культура розглядається як комплексне явище, яке об'єднує в собі не лише різні форми комунікації, але й різноманітні культурні, соціальні та економічні процеси, що відбуваються в умовах глобалізації і цифровізації. Одним з головних компонентів медіа-культури є музика, зокрема рок-музика, яка з моменту свого зародження в середині ХХ століття не лише відображала, але й активно впливала на соціальні та культурні зміни в суспільствах різних країн. У цьому контексті, рок-музика виступає не тільки як музичний жанр, а й як потужний соціокультурний інструмент, здатний формувати стереотипи, ідентичності та протестні рухи.

Важливим аспектом є також роль медіа в популяризації рок-музики. З одного боку, медіа виступають як важливі канали для поширення музичних жанрів і культурних явищ, з іншого — вони активно формують сприйняття музики суспільством. Медіа можуть визначати, які стилі та напрямки стають популярними, а які — ні, а також сприяти створенню певних соціальних і культурних образів, що підтримують або заперечують традиційні цінності. Рок-музика в умовах масових медіа та нових цифрових технологій стала доступною для значно ширших аудиторій, що допомогло їй утвердитись як важлива складова масової культури. Медіа не тільки передавали музику, але й активно формували її інтерпретації в контексті соціальних і культурних змін. У свою чергу, музика, через медіа-платформи, стала важливим інструментом для трансляції культурних цінностей, протестів, нових ідеологій, що сприяло значним соціальним зрушенням в різних країнах і на різних континентах.

Таким чином, медіа-культура, зокрема її музичні складові, є не тільки відображенням соціокультурних процесів, але й активним чинником у їх формуванні. Рок-музика стала важливою частиною цього процесу, і її вплив на формування ідентичності, стереотипів, соціальних цінностей і протестних рухів є беззаперечним.

Зв'язок між рок-музикою та медіа-культурою є складним і багатограним процесом, в якому взаємодія обох елементів постійно змінюється під впливом технологічних і соціальних змін. Рок-музика, з моменту свого зародження, була тісно пов'язана з розвитком нових форм медіа — радіо, телебачення, а згодом і Інтернету. Кожна з цих форм комунікації значною мірою впливала на її популярність, змінюючи характер споживання музики і трансформацію її соціального значення. У 1950-60-х роках рок-музика ставала важливою складовою молодіжної культури, а медіа виступали як основні канали її поширення та популяризації. Поява телевізійних шоу, радіостанцій, а згодом і музичних відеокліпів дозволила здійснити невидану раніше доступність музики для широкої аудиторії, що сприяло швидкому розвитку жанру та його впливу на масову свідомість.

Становлення рок-музики як культурного феномена відбулося на фоні численних соціальних і політичних змін, і медіа виявились потужним інструментом для трансляції протестних ідей. Вже в 1960-х роках рок-музика стає не тільки засобом розваги, а й важливим інструментом вираження політичних і соціальних настроїв, що активно підтримується через телебачення та радіо. Відомі рок-групи, такі як The Beatles, Rolling Stones, та виконавці, як Боб Ділан, активно використовували медіа для передачі своїх ідеологій і позицій, привертаючи увагу до важливих соціальних проблем, таких як війна у В'єтнамі, расизм, боротьба за громадянські права та інші. Це було часом, коли музика стала не просто звуковим супроводом, а інструментом масового протесту, культурного відчуження та самоідентифікації. Медійний простір став ареною, де відбувалися

культурні змагання, і рок-музика активно впливала на формування суспільних настроїв та цінностей.

У подальшому рок-музика, разом із розвитком нових медіа-платформ, продовжила відігравати роль культурного та соціального каталізатора. З початку 1990-х років, із розвитком Інтернету і цифрових технологій, з'явилися нові можливості для взаємодії між музикантами та їх аудиторією. З'явилися онлайн-платформи для поширення музики, створення відео-контенту, а також соціальні мережі, які дозволяли фанатам безпосередньо взаємодіяти з артистами, обговорювати нові твори і створювати альтернативні медійні канали для популяризації музики. Інтернет забезпечив рок-музиці глобальну аудиторію, а цифрові платформи, такі як YouTube, дозволили створити нову естетику відеокліпів, що стало невід'ємною частиною музичної культури. З новими технологіями також виникла можливість для музикантів бути більш незалежними, уникаючи впливу великих медіа-гігантів і створюючи свої власні шляхи до аудиторії, що дозволило розвивати субкультури та альтернативні напрямки в музиці.

Рок-музика завжди залишалась у центрі культурних змін, і її вплив на медіа-простір продовжує бути значним. Кожна етапна зміна у медіа-технологіях призводила до еволюції музичної культури, дозволяючи їй проникати в нові соціальні й культурні контексти та ставати інструментом самовираження, протесту і формування нових ідентичностей. Таким чином, медіа-культура, в тому числі через рок-музику, продовжує розвиватися в напрямку глибоких соціальних трансформацій.

Рок-музика не лише є популярним музичним жанром, але й глибоко вкорінена в соціальні та культурні процеси, які відбуваються в суспільстві. Через медіа вона стала не просто засобом розваги, а важливим культурним інструментом, що визначає соціальні та політичні настрої, а також впливає на масові уявлення та суспільні цінності. Роль медіа в цьому контексті складно переоцінити: з одного

боку, вони забезпечують популярність і доступність музики, з іншого — вони є механізмами, через які транслиуються нові культурні ідеї та ідеології.

З розвитком медіа технологій, зокрема цифрових платформ, рок-музика адаптувалася до нових умов і продовжила залишатись важливою частиною глобальної культури. Медіа-середовище стало місцем для зустрічі різних субкультур, обміну ідеями та формування нових культурних форм. Важливою особливістю є також те, що рок-музика зберігає свою значущість, ставши не просто результатом соціальних змін, але й каталізатором цих змін, активно взаємодіючи з іншими культурними течіями та медіа-просторами. У цьому сенсі, роль рок-музики у формуванні медіа-культури можна розглядати як однієї з основних сил, що визначає розвиток культурної ідентичності та соціальних процесів у сучасному світі.

Враховуючи сучасні тенденції у розвитку медіа та рок-музики, можна очікувати, що в майбутньому ця взаємодія продовжуватиме еволюціонувати, особливо в контексті нових технологій і змін у культурних практиках. Рок-музика, що зазнала впливу численних соціальних та медійних змін, залишатиметься важливою частиною культурної спадщини та актуальним інструментом самовираження для майбутніх поколінь. Враховуючи це, дослідження взаємодії рок-музики та медіа-культури є не тільки важливим для розуміння минулого, але й необхідним для прогнозування розвитку медіа-простору та його впливу на культурні процеси в майбутньому.

РОЗДІЛ 2: РОК-МУЗИКА У ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ВЗАЄМОДІЇ З АУДИТОРІЄЮ ЧЕРЕЗ СУЧАСНІ МЕДІА

2.1 Аналіз сучасних медіа-платформ як каналу поширення рок-музики

У сучасному світі медіа-платформи відіграють ключову роль у розповсюдженні музичних жанрів, зокрема рок-музики. Раніше розповсюдження музики відбувалося через традиційні канали, такі як радіо, телебачення, касети і платівки, однак з розвитком цифрових технологій та інтернету ці процеси зазнали радикальних змін. Інтернет і цифрові платформи стали основними засобами не тільки для слухачів, а й для самих артистів, оскільки дозволяють швидко поширювати контент серед широкої аудиторії, створюючи нові можливості для просування музики та взаємодії з фанатами.

Платформи, такі як соціальні мережі, стрімінгові сервіси та відеохостинги, стали важливими елементами для артиста в контексті медіа-культури. Вони дозволяють миттєво досягати глобальної аудиторії, формувати імідж виконавця та активно взаємодіяти з фанатами. Завдяки медіа платформам рок-музика вийшла за межі традиційних жанрових рамок, ставши частиною глобальної культури, що активно обговорюється і споживається людьми по всьому світу. Виникнення таких платформ, як YouTube, Spotify, Apple Music, а також соціальних мереж, таких як Instagram, Twitter, Facebook, дозволили змінити уявлення про музичний ринок і розподіл ресурсів [21].

Перш за все, основним фактором зміни підходів до споживання музики є доступність контенту через інтернет-платформи. Якщо раніше слухачі змушені були купувати фізичні носії або слухати музику через радіо чи телевізійні програми, то зараз доступ до музики можливий безкоштовно або за невелику плату через онлайн-сервіси. Величезні бази даних, що містять безліч пісень і альбомів, дозволяють кожному знайти музику, яка йому до вподоби, а платформи стрімінгу, як-от Spotify чи Apple Music, роблять це процес доступним для всіх.

Сьогодні стрімінгові платформи, зокрема Spotify, є найпопулярнішим способом прослуховування музики для багатьох користувачів. Саме тут рок-музика має змогу знову здобути популярність і створювати нові тренди. Ці сервіси надають користувачам можливість слухати улюблену музику в будь-який час і в будь-якому місці, що значно змінює відносини між виконавцем і слухачем. Завдяки алгоритмам рекомендацій, користувачам пропонуються нові жанри та виконавці, що забезпечує зростання популярності менш відомих рок-гуртів, які раніше могли б залишитись непоміченими.

Крім того, значний вплив на поширення рок-музики мають відеоплатформи, такі як YouTube. Відеоконтент став важливою частиною маркетингової стратегії для багатьох рок-гуртів, адже музичні кліпи, живі виступи, інтерв'ю та інші відео дозволяють не лише популяризувати музику, але й створювати імідж артиста та встановлювати тісний зв'язок з фанатами. У цьому контексті, YouTube став безцінним інструментом для просування рок-музики, оскільки тут можна не тільки слухати музику, а й брати участь у культурних дискусіях, взаємодіяти з іншими фанатами та отримувати новини про улюблені гурти.

Водночас медіа платформи мають великий вплив на те, як саме рок-музика сприймається у різних культурних контекстах. Якщо раніше стиль та ідеологія рок-музики формувалися виключно через традиційні медіа (наприклад, на радіо чи телебаченні), то сьогодні глобальні соціальні мережі забезпечують взаємодію між фанатами з різних куточків світу. Це сприяє створенню глобальних фанатських спільнот, які активно підтримують своїх улюблених виконавців, організовують фан-зустрічі, а також беруть участь у глобальних обговореннях музичних тенденцій.

Таким чином, сучасні медіа-платформи стали основним каналом поширення рок-музики, що забезпечує нові можливості для артистів та слухачів. Технологічний прогрес та розвиток інтернет-ресурсів дозволяють рок-музиці

продовжувати своє існування, адаптуючись до умов швидко змінюваного цифрового середовища.

Медіа-платформи не лише стали каналами поширення контенту, але й активно формують нові практики взаємодії між артистами і їхніми фанатами. Важливим аспектом є те, як соціальні мережі, як-от Instagram, Facebook та Twitter, дозволяють артистам та гуртам зберігати зв'язок із своєю аудиторією безпосередньо. Через ці платформи рок-музиканти можуть публікувати новини, фотографії, відео та анонсувати свої майбутні виступи, що сприяє створенню більш особистісних зв'язків із фанатами. Завдяки соціальним мережам виникають нові форми фанатських активностей, такі як лайки, репости, коментарі, участь у конкурсах та голосуваннях, що дозволяють фанатам відчувати свою значущість і вплив на розвиток музичної кар'єри артиста.

Ще одним важливим аспектом, який змінив медіа-простір для рок-музики, є постійне оновлення контенту, доступного для слухачів. Раніше, коли музика поширювалась через фізичні носії або ефірне радіо, важливою частиною був процес покупки музики або прослуховування по телебаченню. Зараз, завдяки сервісам на кшталт Spotify, Deezer, YouTube, платформи активно оновлюють свої каталоги, дозволяючи користувачам слухати нові релізи без необхідності купувати альбоми. Це дозволяє не лише рок-музиці, а й іншим музичним жанрам здобувати популярність швидко та без зайвих витрат. Платформи активно використовують алгоритми рекомендацій, які пропонують користувачам нові пісні та артистів на основі їхніх попередніх вподобань. Для рок-музики це має велике значення, оскільки дозволяє не лише популяризувати відомі гурти, але й допомагає новим виконавцям знайти свою аудиторію.

Соціальні мережі та відеоплатформи не лише поширюють готовий контент, але й стають місцем для створення нового. Для багатьох рок-музикантів, особливо представників альтернативних жанрів, відео-контент, що з'являється на YouTube або Instagram, став важливою частиною їхньої творчості. Відеокліпи, закулісні зйомки, живі концерти та навіть звичайні відео з репетицій

надають фанатам можливість побачити артистів такими, якими вони є поза сценою. Це забезпечує глибший емоційний зв'язок між рок-артистами та їхніми прихильниками, допомагаючи створювати більш персоналізовану атмосферу.

Важливим фактором у популяризації рок-музики через медіа-платформи є також роль фандомів та фанатських спільнот. Завдяки тому, що соціальні мережі дозволяють взаємодіяти з фанатами в режимі реального часу, відбувається не лише індивідуальне споживання контенту, але й створення спільних обговорень, фанатських груп і клубів. Музичні відео, фотографії, цитати з пісень чи меми, пов'язані з улюбленими гуртами, поширюються серед аудиторії, що утворює свого роду «екосистему» навколо музики. Саме в таких спільнотах відбуваються основні обговорення творчості музикантів, плануються заходи, а також підтримуються взаємодії між артистами і слухачами.

Рок-музика, завдяки активному використанню медіа-платформ, стала більш інтерактивною та багатовимірною. Виконавці більше не обмежуються тільки виходом нових альбомів, вони мають можливість безпосередньо реагувати на відгуки своїх слухачів, взаємодіяти з ними, організовувати живі стрімінги, давати інтерв'ю та обговорювати творчість. Це також дозволяє створювати нові формати концертів, які не обов'язково проводяться тільки в традиційних залах. Наприклад, «стрімінгові» концерти, в яких можна брати участь з будь-якої точки світу, стали ще однією можливістю для рок-музикантів долати географічні кордони та досягати нових слухачів.

Таким чином, медіа-платформи не просто стали каналами поширення музики, але й почали формувати нові типи зв'язків між музикантами та їхніми фанами. Вони забезпечують можливість більш швидкого і глобального поширення контенту, а також дозволяють виконавцям створювати нові форми взаємодії з аудиторією. Музичний ринок переживає зміну моделей споживання і популяризації музики, і медіа-платформи відіграють у цьому процесі безпосередню роль. Зміна моделей споживання музики, яку спричинили медіа-платформи, також має

великий вплив на саму стратегію просування рок-музики. Раніше, традиційні методи популяризації, такі як радіо, телебачення та класичні концерти, мали чітко обмежений доступ і географічні рамки. Сучасні ж медіа-платформи дозволяють миттєво поширювати новини про релізи, анонсувати події та навіть організувати прямі трансляції концертів. Рок-гурти, що працюють на платформі YouTube, наприклад, можуть отримувати доходи не тільки від переглядів відео, але й від монетизації контенту, який активно обговорюють користувачі. Це дозволяє не лише популяризувати гурти, але й забезпечувати стабільний фінансовий потік без участі традиційних медіа-компаній.

Важливою частиною цього процесу стало виникнення нового виду контенту, який медіа-платформи дозволяють створювати. Більшість рок-музикантів, навіть найвідоміші, сьогодні активно взаємодіють зі своїми фанатами за допомогою лайвстрімінгів, інтерв'ю, відео-реакцій на нові релізи, які транслюються у реальному часі. Ці формати дозволяють слухачам не тільки бути свідками творчого процесу, а й впливати на нього. Тобто фанати вже не просто споживають готовий продукт, а беруть участь у його створенні, обговорюючи і коментуючи кожен крок артиста. Це дозволяє більш чітко простежити вплив слухачів на творчість і навіть на розвиток музичних напрямків у цілому.

Зростання популярності платформ для стрімінгового прослуховування музики, таких як Spotify, Tidal та Apple Music, змінило не лише способи прослуховування, а й саму модель монетизації для рок-артистів. Традиційно доходи рок-музикантів залежали від продажу альбомів та квитків на концерти, але сьогодні стрімінгові платформи стали важливим джерелом доходу. Попри це, нові умови вимагають від артистів адаптації до більш персоніфікованого споживання музики, адже алгоритми рекомендацій на таких платформах можуть зробити непомітним або важким для слухачів відкриття нових рок-гуртів, якщо ті не здобули достатньої популярності через попередній досвід споживання музики. Тому в умовах цифрової ери артистам, особливо новим, потрібно більше

уваги приділяти своїй присутності на кількох платформах одночасно та співпрацювати з блогерами, медіа-платформами і навіть з іншими музикантами для кращого представлення їхнього контенту.

І, нарешті, важливо зазначити, що медіа-платформи не лише змінюють способи споживання рок-музики, а й активно долучаються до формування нових музичних трендів. Інтерв'ю, лайв-сесії, колаборації та навіть короткі відео-кліпи на TikTok та Instagram допомагають створювати нові тренди у музиці. Рок-музика, як жанр, не стоїть осторонь цього процесу. Рок-гурти все частіше беруть участь у створенні контенту для таких платформ, що дозволяє їм взаємодіяти з фанатами не лише під час концертів, а й у форматі короткотривалих відео, що набирають популярність. Взаємодія через такі платформи дає нові можливості для просування рок-музики, залучаючи нових слухачів, що раніше могли б не звернути увагу на цей жанр.

Таким чином, медіа-платформи стали невід'ємною частиною не лише розповсюдження музики, а й самої стратегії існування сучасної рок-музики. Вони змінюють саму концепцію популярності, адаптуючи її під сучасні вимоги цифрової ери. У свою чергу, рок-музика змушена відповідати вимогам медіа-простору, активніше взаємодіючи зі своєю аудиторією та постійно шукаючи нові способи самовираження через цифрові канали.

2.2 Дослідження взаємодії рок-музики та її аудиторії через медіа

Рок-музика, як культурний феномен, завжди була більше, ніж просто музичний жанр. Вона має здатність формувати спільноти, надавати людям голос для вираження своїх поглядів, переживань і протестів. Важливу роль у цьому процесі відіграють медіа, через які здійснюється комунікація між артистами і їхніми фанами. Від початку існування рок-музики медіа канали, такі як радіо, телебачення, друковані ЗМІ, а згодом і нові цифрові платформи, стали основними інструментами для поширення музики та формування фан-культури.

Сучасні медіа створюють нові можливості для спілкування між рок-музикантами та їхніми шанувальниками, відкриваючи нові горизонти для взаємодії.

Одним із важливих аспектів є те, що сучасні платформи дозволяють фанам безпосередньо взаємодіяти з артистами, створюючи нові форми медіа-взаємодії, де важливими є не лише традиційні форми контенту, такі як альбоми чи відеокліпи, а й комунікація в реальному часі через соціальні мережі. Сьогодні музиканти активно використовують соцмережі, такі як Instagram, Twitter, TikTok, для того, щоб підтримувати контакт зі своїми шанувальниками, обговорювати новини, анонсувати релізи та концерти, а також відповідати на питання своїх фанів.

Соціальні мережі створюють нову модель взаємодії, де фанати стають не просто слухачами, а активними учасниками музичного процесу. Наприклад, музиканти можуть публікувати фрагменти нових пісень або відео з репетицій, дозволяючи фанам ділитися своїми враженнями та ідеями щодо майбутніх робіт. Така взаємодія не лише зближує артистів з їхньою аудиторією, але й формує нові взаємозв'язки в межах фанатських спільнот, які активно обговорюють творчість у соціальних мережах, створюють меми, відео, рецензії та інші матеріали, які не лише підтримують популярність артиста, а й сприяють розвитку медіа-культури.

Таким чином, з розвитком інтернету та соціальних мереж ми спостерігаємо за новими формами медіа-взаємодії між музикантами та фанами. Можна помітити значне посилення впливу фан-культур на розвиток популярності музики: фанати вже не лише слухають музику, а й активно її пропагують, створюючи контент, що поширюється по різних платформах, і навіть стають частиною творчого процесу, вносячи свої ідеї та пропозиції.

Цей феномен має величезний вплив на розвиток рок-музики, оскільки він дозволяє музикантам і слухачам взаємодіяти в реальному часі, адаптуючи творчий процес до актуальних трендів і запитів аудиторії. Важливою частиною цієї взаємодії є також те, як фанати використовують медіа для вираження своїх

соціальних і культурних ідеалів. Так, у контексті рок-музики, яка за своєю природою є носієм протестних ідеологій і контркультурних настроїв, фанатські спільноти стали місцем для обміну не тільки музичними уподобаннями, але й поглядами на соціальні та політичні питання.

Крім того, у сучасному світі значно розширились можливості для фанатів впливати на медіа-простір. Вони мають змогу створювати фан-аккаунти, фан-сайти, де публікуються новини, рецензії, огляди концертів, а також активно взаємодіють з іншими фанатами. Вплив цієї взаємодії на розвиток музичних жанрів і популярність конкретних виконавців важко переоцінити, оскільки фан-культура стала не лише рушійною силою для розвитку музики, але й одним із основних інструментів для просування артистів через медіа.

З ростом популярності цифрових платформ роль медіа-культури стала ще більш значущою в контексті взаємодії між рок-музикою і її аудиторією. Однією з основних особливостей цієї взаємодії є те, як медіа перетворюють слухачів у активних учасників. Взаємодія між музикантами та фанатами більше не обмежується лише пасивним споживанням контенту, як це було раніше через радіо або телебачення. Веб-платформи, такі як YouTube, Spotify, SoundCloud і TikTok, створюють умови для формування нових форматів взаємодії, де кожен фанат може стати не просто слухачем, а й творцем контенту, що має вплив на популярність музичних творів і навіть на музичні тренди.

Однією з ключових особливостей є те, що ці платформи дозволяють не лише слухати музику, а й безпосередньо взаємодіяти з артистами через коментарі, лайки, репости та обговорення. Це створює ефект безпосереднього зворотного зв'язку між музикантами та їхніми шанувальниками. На таких платформах відбувається обмін ідеями, а також формуються нові музичні субкультури, які активно взаємодіють через різні канали. Наприклад, у фан-групах у Facebook чи на форумах в Reddit обговорюються нові релізи, фан-арт, відео та інші матеріали, створюючи таким чином органічну медіа-екосистему навколо кожного артиста чи жанру [21].

Водночас важливим аспектом цієї взаємодії є роль контенту, який створюється фанатами. Вони можуть не лише ділитися власними відгуками або думками, а й створювати самостійні ремікси, відео, тематичні мему, рецензії та інші форми культурного вираження. Наприклад, фани Nirvana активно публікують власні кавери на пісні гурту, записують свої інтерпретації чи навіть створюють нові відео-роботи на основі архівних матеріалів, що створює своєрідне «вторинне споживання» музики. Це стає важливою частиною самого феномену рок-музики, тому що дозволяє фанам ще глибше занурюватися в улюблені твори та інтерпретувати їх через власний погляд і досвід.

Завдяки цьому процесу фанати стали важливими партнерами в поширенні музики. Їхні активності значно підсилюють популярність певних треків чи альбомів. Соціальні мережі стали одними з основних інструментів для цього. Наприклад, в TikTok часто запускаються вірусні челенджі на основі певних пісень, які миттєво набирають популярності і можуть навіть призвести до перезавантаження музичних чартів. Це має величезний вплив на те, як саме сприймаються певні жанри, як рок, і як швидко нові або класичні композиції можуть стати знову популярними серед широкої аудиторії.

Не менш важливим є те, що на цих платформах взаємодія стає глобальною. Раніше слухачі мали обмежений доступ до музики поза своїми культурними чи географічними межами. Тепер, завдяки інтернету, рок-музика стала більш універсальною і доступною для фанатів по всьому світу. Наприклад, кліпи на YouTube можуть бути доступні для перегляду в будь-якому куточку земної кулі, незалежно від того, чи проживає фанат в Америці, Європі чи Азії. Це дає можливість не лише відкривати нових виконавців, але й взаємодіяти з фанатами з інших культур і країн. Взаємодія через медіа стає більше, ніж просто комунікацією між артистом і фанатом — це стає частиною глобальної культурної мережі, що взаємно впливає на зміни в музичних жанрах і стилях.

Крім того, нові цифрові медіа створюють можливості для прямих трансляцій, таких як лайв-стріми концертів, репетицій, закулісних моментів, що

дозволяє фанам бути частиною подій, навіть якщо вони знаходяться за тисячі кілометрів від артиста. Це робить фанатську культуру ще більш інтерактивною та емоційно зарядженою, оскільки фанати можуть безпосередньо спостерігати за процесом творчості і навіть брати участь у ньому через чати та коментарі під час прямих ефірів.

Така зміна в контексті взаємодії між музикантами та їхньою аудиторією свідчить про те, як важливою стає роль фанатських спільнот та медіа платформ у сучасному музичному світі.

Цифрові платформи та медіа-контент створюють нові можливості для формування культурних норм і трендів серед фанатів. Одним із ключових аспектів цього процесу є роль фан-контенту, що активно формується і поширюється через мережі. Спільноти, які навколо рок-музики створюються на таких платформах, як Instagram, Twitter, Facebook та Reddit, не лише є простором для обміну думками та ідеями, але й активно стимулюють створення нових культурних практик і норм. На цих платформах фанати часто діляться своїми власними інтерпретаціями пісень, аналізами текстів, відео-реакціями або навіть фрагментами своїх власних виступів, що створює так звану «масову культурну підтримку». Це не тільки збагачує і розвиває самі музичні жанри, а й створює певні культурні ідентичності, які формуються в межах цих спільнот.

Роль соціальних медіа як інструменту просування музики є надзвичайно важливою, адже саме на цих платформах реалізуються нові маркетингові стратегії, що дозволяють артистам створювати прямий контакт із слухачами. Крім того, на таких платформах, як ТікТок, почали виникати нові способи популяризації музичних треків, що використовують специфічні вірусні челенджі або меми. Це має величезний вплив на кар'єри виконавців, оскільки розширює можливості для їхнього просування за допомогою неформальних шляхів. Наприклад, пісні рок-гуртів можуть ставати популярними саме через «челенджі», які безпосередньо не мають відношення до основного жанру, але тим не менш роблять їх відомими серед більш молодіжної аудиторії. Такі

тенденції сприяють тому, що рок-музика, традиційно пов'язана з більш вузьким колом шанувальників, тепер отримує можливість трансформуватися і адаптуватися до нових вимог і смаків аудиторії, що активно взаємодіє через цифрові медіа.

Також варто зазначити, що соціальні мережі сприяють створенню нових форматів подій і концертів, які відрізняються від класичних заходів вживу. Зокрема, це відноситься до організації онлайн-концертів, інтерв'ю з артистами, трансляцій на платформах, як-от YouTube або Instagram. Це не тільки дозволяє артистам підтримувати контакт з аудиторією, але й створює нові формати взаємодії між фанатами та музикою. Важливою складовою цих цифрових подій є можливість фанатів ставити запитання артистам, голосувати за пісні або отримувати спеціальні ексклюзивні контенти. Це не лише підвищує рівень залучення шанувальників, але й створює відчуття єдності і причетності до творчого процесу.

Сьогодні фанатські спільноти, які об'єднані певною музикою або артистом, виступають важливими інструментами в розвитку та підтримці популярності рок-музики. Вони не лише допомагають артиста у досягненні комерційного успіху, але й стають платформами для обміну культурними ідеями, що безпосередньо впливає на розвиток самого жанру. Така співпраця між музикантами та їхніми слухачами за допомогою цифрових медіа є важливою складовою сучасної музичної екосистеми, де кожен фанат має можливість долучитися до розвитку музики на рівні як творця контенту, так і активного учасника медіа-культури.

Насамкінець, важливо зазначити, що цифрові технології і медіа-платформи також надають нові можливості для дослідження змін у поведінці фанатів, їх взаємодії з контентом і навіть із самим артистом. Це відкриває перед дослідниками нові шляхи для вивчення та аналізу нових культурних тенденцій, виникнення нових форм соціальних зв'язків і комунікацій, що безпосередньо впливають на музичні жанри. Взаємодія між рок-музикою та її аудиторією через

медіа стала важливою складовою культурного процесу, що продовжує змінюватися в умовах цифрової революції.

2.3 Вплив цифрових технологій на зміну моделей взаємодії між рок-артистами та слухачами

Цифрові технології кардинально змінили способи взаємодії між рок-артистами та їх слухачами, створивши нові моделі комунікації та доступу до музичного контенту. Одним із найбільших досягнень цифрової епохи є можливість миттєвого прямого контакту між музикантами та їх фанатами через різноманітні медіа-платформи, які дозволяють здійснювати комунікацію в режимі реального часу. Прямі трансляції концертів, зустрічей із фанатами, а також інтерв'ю чи інші форми живого спілкування стали основними елементами сучасного медіа-простору для рок-музикантів.

Платформи, такі як Instagram, YouTube, Twitch або TikTok, стали основними майданчиками, через які артисти можуть презентувати свою музику і водночас взаємодіяти зі своєю аудиторією. Прямі ефіри дають можливість слухачам брати участь у подіях, не виходячи з дому, що значно змінює модель організації концертів та музичних заходів загалом. Це дозволяє досягати більшої географічної охопленості, адже слухачі з усього світу можуть бути присутніми на події в реальному часі, не зважаючи на фізичні бар'єри. Наприклад, під час пандемії COVID-19 прямі онлайн-концерти стали невід'ємною частиною музичної індустрії, дозволивши артистам залишатися на зв'язку з фанатами навіть у періоди, коли фізичні концерти були неможливі.

Один із важливих аспектів цієї зміни полягає в тому, що цифрові трансляції надають слухачам унікальну можливість безпосередньо впливати на хід події. Наприклад, фанати можуть вибирати пісні, що будуть виконуватись на концерті, або ставити запитання артисту, що додає відчуття персоналізованої взаємодії. Це зміцнює відносини між музикантами та їхніми фанами, створюючи більш тісний контакт між ними. Технологічні нововведення також дозволяють створювати

контент у нових форматах, зокрема віртуальних і доповнених реальностях, що також робить взаємодію між артистами та їхніми шанувальниками ще більш інноваційною і захопливою.

Важливою частиною цієї нової взаємодії є також можливість для фанатів створювати і поширювати власний контент, пов'язаний з музикою, яку вони люблять. Це можуть бути відео, меми, рецензії або навіть власні інтерпретації пісень, які швидко поширюються в онлайн-просторі, що формує нові соціальні практики. Для артистів це означає появу додаткових каналів комунікації, що дозволяють спілкуватися з фанатами на більш інтимному та особистісному рівні, зберігаючи при цьому високий рівень залучення. Водночас, ці нові формати контенту сприяють розвитку музичних жанрів і дають їм нові можливості для адаптації до швидко змінюваних умов сучасного медіа-середовища.

Важливим аспектом сучасної взаємодії між рок-артистами та їх фанатами через цифрові платформи є також нові можливості для монетизації контенту. Завдяки стрімінговим сервісам та платіжним системам артисти можуть отримувати дохід не лише від традиційних концертів, а й від онлайн-платформ, на яких вони проводять живі виступи або випускають ексклюзивний контент. Платформи, як-от Patreon або Bandcamp, дозволяють фанатам підтримувати своїх улюблених музикантів фінансово, підписуючи спеціальні підписки або купуючи нові релізи безпосередньо від виконавців. Це також дозволяє музикантам зберігати певний рівень творчої незалежності, оскільки вони можуть обходити традиційні музичні лейбли та отримувати прибуток безпосередньо від своїх фанатів.

Прямі трансляції, концерти та інші онлайн-події також допомогли артистам адаптуватися до змін у музичній індустрії, де цифрові технології взяли на себе все більшу роль. Виступи у форматі живих трансляцій дозволяють не лише створювати прямий контакт із публікою, але й значно збільшувати охоплення аудиторії. Крім того, ці трансляції можна записувати та перетворювати на вміст, який пізніше доступний для перегляду у будь-який час.

Таким чином, трансляції стають не лише способом отримати миттєвий відгук від фанатів, а й постійно доступним матеріалом для нових поколінь слухачів.

Іншим важливим етапом змін є розширення можливостей для фанатських спільнот через інтернет. Завдяки численним онлайн-групам, форумам і соціальним мережам, фанати можуть створювати та обговорювати новий контент, який стає важливою частиною глобальної музичної культури. Артисти, у свою чергу, можуть взаємодіяти з цими спільнотами, отримувати зворотний зв'язок і враховувати побажання своїх фанатів при створенні нових композицій або проєктів. Ця форма співпраці має великий вплив на творчість музикантів, оскільки вона дозволяє їм враховувати думку своєї аудиторії в реальному часі, що є важливим кроком до формування і підтримки лояльності серед шанувальників.

Таким чином, цифрові платформи стають важливими інструментами для підтримки творчості, комунікації з фанатами та адаптації до нових економічних умов. Вони дають артистам та їхній аудиторії нові шляхи для взаємодії, дозволяючи по-новому побудувати взаємовідносини в сучасному медіа-просторі.

Сучасна взаємодія між рок-музикантами та їх аудиторією через цифрові технології має не тільки економічний вплив, але й соціокультурний. Взаємодія на таких платформах дозволяє артистам не лише спілкуватися з фанатами, але й активно брати участь у соціальних дискусіях, виступати з політичними чи соціальними ініціативами. Відтак, рок-музика як жанр залишається невід'ємною частиною соціальних рухів, де її значення набагато більше, ніж просто музичний контент. Застосування сучасних технологій, таких як стрімінгові сервіси, платформи для живих трансляцій і соціальні мережі, дозволяє музикантам виступати як голос покоління, ставати активними учасниками процесів формування громадської думки, підтримувати важливі соціальні ініціативи та навіть ставати лідерами у просуванні культурних змін.

Цифрові платформи також стали інструментами культурної адаптації, де рок-музика набуває нових форм і значень. Відкриваючи нові способи взаємодії, вони надають можливість не лише старим фанатам, але й новим поколінням слухачів знайти свою зв'язок із рок-музикою. Платформи надають можливість для відкриття архівів рок-музики, її реставрації та переосмислення в контексті нових соціальних реалій. Завдяки цьому жанр рок-музики, який свого часу був свідком значних культурних і соціальних змін, сьогодні отримує нове життя та знову займає важливу позицію у світовій культурній картині.

Таким чином, цифрові технології не тільки змінюють спосіб споживання музики, але й визначають нові моделі її створення та розповсюдження. Вони відкривають перед рок-музикою нові горизонти для взаємодії з аудиторією, дозволяють мистецтву залишатися живим і актуальним у сучасному медіа-просторі. Важливою частиною цього процесу є і взаємодія між артистами та фанатами, яка дає нові можливості для розвитку рок-музики як культурного феномена.

Висновки до розділу 2

Цифрові медіа-платформи стали основними каналами поширення рок-музики в сучасному світі, відіграючи ключову роль у популяризації жанру. Стрімінгові сервіси, соціальні мережі та відеоплатформи змінили способи споживання музики та взаємодії між артистами і їх аудиторією. Використання таких платформ дозволяє миттєво доступити музичний контент мільйонам слухачів по всьому світу, а також дає можливість самовираження для артистів через різноманітні формати, включаючи відео, інтерв'ю, прями трансляції та інтерактивні сесії. Особливо важливими є соціальні мережі, через які музиканти можуть безпосередньо комунікувати з фанатами, створюючи глибший емоційний зв'язок з аудиторією.

Цифровізація медіа також дозволила з'явитись новим формам взаємодії з рок-музикою, де слухачі не лише споживають контент, але й активно

взаємодіють із ним, займаються його обговоренням у фанатських спільнотах, діляться власними тлумаченнями та навіть створюють контент на основі своїх улюблених виконавців. Вебсайти, блоги, форуми, платформи для стрімінгу та платформи для створення контенту, такі як YouTube, стали важливими інструментами для артиста, які дозволяють реалізувати нові формати співпраці з аудиторією.

Окрім того, цифрові технології сприяли розвитку нових моделей взаємодії між рок-артистами та їх фанатами, зокрема через прямі трансляції, онлайн-концерти та інноваційні форми створення контенту. Мерчандайзинг, як новий елемент цифрового середовища, також став важливим джерелом доходу для музикантів, адже фанати тепер можуть купувати товари безпосередньо через цифрові платформи, що ще більше зміцнює зв'язок між артистами та їх слухачами. Цей процес активно інтегрується в медіа-культуру та робить взаємодію між артистом та публікою більш безпосередньою, інтерактивною та персоналізованою.

Таким чином, цифрові медіа-платформи не лише стали основними каналами для поширення рок-музики, але й суттєво змінили саму природу взаємодії між музикантами та їхніми слухачами, сприяючи формуванню нових моделей споживання музичного контенту та розвитку нових форм культурних практик у межах медіа-культури.

Враховуючи сучасні тенденції, важливим етапом у дослідженні є створення проєкту, який би продовжував розглядати тему рок-музики в контексті медіа-культури. У цьому контексті розробка вебсайту, присвяченого рок-музиці, може стати ефективним інструментом для подальшого вивчення та популяризації жанру в цифровому середовищі. Сайт на базі популярного конструктора, такого як Google Sites, дозволить продемонструвати нові підходи до взаємодії з фанатами, створення інтерактивного контенту, доступного для широкої аудиторії. Проєкт має на меті зібрати та представити різноманітні матеріали, що стосуються історії рок-музики, її впливу на сучасну культуру, а

також можливості для взаємодії між артистами та слухачами через медіа-платформи.

Проектна частина дипломної роботи зосереджена на застосуванні теоретичних досліджень до практики створення цифрового простору для рок-музики, що дозволяє не лише досліджувати феномен медіа-культури, але й брати активну участь у його розвитку.

РОЗДІЛ 3: РОК-МУЗИКА В КОНТЕКСТІ МЕДІАКУЛЬТУРИ: ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТА СТВОРЕННЯ САЙТУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1 Огляд практичної частини дослідження: створення сайту як частина дипломного проєкту

Практична частина цього дипломного дослідження зосереджена на розробці веб-сайту за допомогою конструктора Google Sites, який став інструментом дослідження впливу рок-музики на медіа-культуру. Сайт був створений з метою не тільки презентувати теоретичний матеріал про еволюцію рок-музики, але й продемонструвати, як рок-музика взаємодіє з різними медіа-платформами та як змінюються підходи до її сприйняття та поширення в сучасну епоху цифрових технологій.

Основні цілі розробки сайту полягали у: візуалізації історії та впливу рок-музики на медіа-культуру. Сайт має структуру, яка дозволяє детально розглядати історичний розвиток рок-музики, зокрема її взаємодію з медіа. Кожен розділ відображає ключові моменти, такі як зародження жанру, його становлення в контексті соціальних змін, вплив на розвиток медіа-платформ, а також сучасні тенденції в епоху цифрових технологій; інтерактивному підходу до дослідження. Для зручності користувачів сайт містить інтерактивні елементи, такі як відео, графіки та зображення, що ілюструють важливі моменти в історії рок-музики, вплив її на медіа-культуру та використання сучасних платформ для поширення музики. Такі елементи допомагають глибше розуміти значення різних етапів розвитку рок-музики та її роль у формуванні соціальних і культурних ідентичностей; збір і представлення аналітичних даних. Веб-сайт також надає можливість аналізувати сучасні медіа-платформи (такі як Spotify, YouTube, Instagram), на яких активно поширюється рок-музика, а також нові технології, які змінюють способи створення і споживання музичного контенту.

Веб-сайт був створений з використанням сучасних веб-технологій, що дозволяють зберігати високу якість мультимедійного контенту та інтерактивних елементів, а також забезпечують зручну навігацію для користувачів. Основним завданням цього сайту було не тільки представити теоретичні знання, а й практично показати, як рок-музика взаємодіє з медіа, адаптуючись до нових умов цифрової ери.

3.2 Презентація розробленого сайту: структура, зміст і медіа-елементи

Створений веб-сайт є важливою частиною дипломного проєкту, що демонструє взаємодію між рок-музикою та медіа-культурою, зокрема в умовах цифрової епохи. Сайт був спроектований так, щоб бути зручним для користувачів, надаючи їм доступ до теоретичного матеріалу, інтерактивних елементів і мультимедійних візуалізацій, що підсилюють розуміння історії та сучасних трансформацій рок-музики. Сайт складається з кількох основних розділів, кожен з яких має чітку структуру і певний зміст, що стосується різних аспектів впливу рок-музики на медіа-культуру.

Структура сайту: Головна сторінка. Загальний огляд: Головна сторінка дає користувачеві коротке знайомство з темою сайту та його основними розділами. Вона містить інтерактивні банери, які дозволяють швидко переходити до основних тем, таких як історія рок-музики, її вплив на медіа, а також сучасні тенденції у використанні медіа-платформ.

Ключовий візуальний елемент: Для візуальної привабливості на головній сторінці в шапці розміщене фото — гурт The Beatles повертається до лондонського аеропорту Хітроу 22 лютого 1964 року після своєї першої поїздки в США

Розділ 1: Історія розвитку рок-музики та її взаємодія з медіа:

Зміст: Цей розділ охоплює основні етапи розвитку рок-музики, від початкових форм до етапів соціальних і культурних змін 60-80-х років, а також взаємодію з медіа через радіо, телебачення та інші платформи.

Медіа-елементи: Використання фотографій, відеокліпів з історичних концертів, таких як виступи Елвіса Преслі та The Beatles, що підсилюють зміст теоретичного матеріалу.

Розділ 2: Рок-музика та медіа: Взаємодія і трансформація:

Зміст: У цьому розділі досліджується, як медіа платформи (MTV, VH1) і соціальні мережі (YouTube, Instagram) сприяють популяризації рок-музики та змінюють образ музиканта.

Розділ 3: Соціальна роль рок-музики в медіакультурі:

Зміст: Розглядається, як рок-музика формує соціальні ідентичності, сприяє створенню контркультур і політичних рухів. Окремо досліджуються соціальні ролі панку, гранжу та інших субкультур, пов'язаних із рок-музикою.

Розділ 4: Сучасні тенденції рок-музики в медіакультурі:

Зміст: Цей розділ зосереджений на впливі цифрових технологій і нових медіа-платформ (наприклад, Spotify, Apple Music) на популярність рок-музики, а також на нових формах її представлення, таких як відеоігри та віртуальні концерти.

Медіа-елементи: Інтерактивні діаграми, що ілюструють зміни в споживанні музики, а також відео з віртуальних концертів та фрагменти саундтреків з відеоігор.

Розділ 5: Висновки та підсумки:

Зміст: У цьому розділі підсумовуються всі основні аспекти дослідження, наводяться висновки про вплив рок-музики на медіа-культуру, а також передбачення щодо подальших трансформацій жанру в умовах цифрової епохи.

Медіа-елементи: Цитати, що підсумовують результати дослідження, а також графіки, що відображають вплив музики на культурні процеси.

Медіа-елементи сайту:

Фотографії: Веб-сайт містить кілька значущих фотографій з історичних моментів рок-музики, наприклад, виступи на значущих концертах, фото музикантів, які стали символами певних етапів розвитку рок-музики.

Відео: Інтеграція відео-кліпів з історичних концертів, таких як виступи The Beatles, Pink Floyd або Queen на Live Aid, а також сучасні кліпи, що демонструють використання нових медіа.

Інфографіка: Використання графіку для представлення статистичних даних популярності рок-музики на цифрових платформах впродовж останніх 10 років.

Загалом, сайт використовує поєднання текстового контенту та мультимедійних елементів, щоб максимально відобразити вплив рок-музики на медіа-культуру, та є інтерактивною платформою для вивчення цього впливу через різні типи медіа.

3.3 Аналіз ефективності сайту як інструменту популяризації рок-музики та її впливу на медіа-культуру

Створення сайту як частина дипломного проекту має на меті не лише інформування про історію і трансформацію рок-музики, але й вивчення того, як веб-платформи можуть служити потужним інструментом популяризації музичних жанрів, а також впливати на медіа-культуру в цілому. У даному розділі ми проаналізуємо ефективність сайту як засобу комунікації і популяризації рок-

музики через нові медіа та платформи, а також визначимо його роль у формуванні сучасних підходів до музичної культури.

Однією з основних переваг сайту як інструменту популяризації є його інтерактивність. Користувачі можуть не лише ознайомитись з текстовою інформацією, але й взаємодіяти з мультимедійними елементами: переглядати відео, слухати аудіо-фрагменти, а також переглядати фотографії і графіки, що відображають ключові моменти історії рок-музики та її взаємодії з медіа. Завдяки зручній навігації та зрозумілій структурі, сайт стає доступним і інтуїтивно зрозумілим навіть для тих, хто не має глибоких знань про історію рок-музики.

Мультимедійні елементи (відео, фотографії, музичні фрагменти) підсилюють враження від тексту, дозволяючи користувачам глибше зануритися в теми, що розкриваються на сайті. Це також дозволяє забезпечити більш ефективну передачу емоційного та культурного контексту, що пов'язаний із впливом рок-музики на соціум і медіа.

Мультимедійні елементи, зокрема відеокліпи та музичні фрагменти, є важливим інструментом для популяризації рок-музики через сайт. Вони дозволяють користувачам не лише ознайомитися з історією та теорією, а й безпосередньо відчувати атмосферу, яку створюють культові рок-гурти. Перегляд фрагментів концертів, таких як Live Aid або виступи Pink Floyd, допомагає краще зрозуміти, чому ці події стали знаковими не тільки для музичної індустрії, але й для суспільства в цілому.

Використання таких платформ, як YouTube, для вбудовування відео на сайт, дозволяє досягти більш широкої аудиторії, оскільки відеоконтент на таких платформах легко доступний і розповсюджується через соціальні мережі.

Сайт також виступає як платформа для залучення користувачів до дискусії. Це важливо для формування віртуальної спільноти, яка може обговорювати теоретичні та практичні аспекти рок-музики та її взаємодії з медіа.

Один із важливих аспектів цього сайту — це його вплив на формування сучасних поглядів молоді на рок-музику та контркультури. Рок-музика завжди була пов'язана з молодіжними рухами та протестами, тому сайт, вивчаючи її історію, не лише інформує користувачів про події минулого, але й може допомогти краще зрозуміти її роль у формуванні соціальних ідентичностей та контркультур.

Сайт також дозволяє досліджувати, як медіа допомагають розповсюджувати символи рок-музики, а також як вони впливають на сьогоденні покоління. Оскільки сайт адаптований до сучасних медіаплатформ і технологій, він забезпечує доступ до сучасних культурних рухів, що існують у контексті рок-музики, таких як інді-рок, панк, гранж, що актуальні в наш час.

Розроблений сайт є ефективним інструментом популяризації теми зв'язку рок-музики та її впливу на медіа-культуру. Завдяки поєднанню теоретичних матеріалів з мультимедійними елементами, сайт стає привабливим і корисним для широкої аудиторії. Інтерактивність та доступність сприяють формуванню сучасного погляду на роль рок-музики в розвитку медіа-культури та її соціальному значенні.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеної роботи було встановлено, що рок-музика є потужним фактором впливу на медіа-культуру, а також важливим інструментом соціальних змін та самовираження. Рок-музика не лише відображає соціальні та політичні процеси, але й активно взаємодіє з медіа-платформами, ставши важливим елементом глобальної медіа-культури. За допомогою цього дипломного проєкту було розкрито кілька ключових аспектів цього взаємозв'язку та проведено аналіз того, як рок-музика формує нові підходи до комунікації та культурної рефлексії через медіа.

Рок-музика з самого початку своєї появи стала виразом не лише музичного стилю, а й потужним інструментом соціальних змін. Її розвиток у контексті медіа-культури можна розглядати як процес постійного взаємодії між музикантами, їх творчістю та медіа-платформами. Поява радіо, телебачення, а згодом і музичних телеканалів, таких як MTV, сприяла популяризації рок-музики, трансформуючи не лише саму музику, а й її сприйняття в суспільстві. Через медіа рок-музика змогла не тільки досягти глобального визнання, але й створити нові форми культурної комунікації, надавши своїм прихильникам можливість ідентифікувати себе з певними контркультурами та політичними рухами.

Рок-музика не лише змінила світ музики, а й стала каталізатором для створення нових соціальних ідентичностей і контркультур. Від початку її існування, особливо в 1960-х та 1970-х роках, вона була способом вираження протесту проти існуючих норм і цінностей. Це стало можливим завдяки взаємодії з медіа, які зробили рок-музику доступною для широкої аудиторії. Наприклад, феномен «British Invasion» 1960-х років, що став можливим завдяки популяризації музики через телебачення та радіо, змінив уявлення про музичні жанри і виконавців на світовій арені. Рок-музика стала засобом вираження молодіжних протестів і політичних рухів, таких як контркультури хіпі, панк-рок

та гранж, що активно використовували медіа як інструмент для поширення своїх ідеологій.

Медіа стали головними агентами популяризації рок-музики, забезпечивши її доступність та поширення. Музичні телеканали, такі як MTV, VH1 та інші, змогли трансформувати музику в медіа-продукт, додаючи візуальний аспект, що згодом став важливим складником ідентичності рок-артистів. Ці платформи не тільки розповсюджували музику, а й створювали нові жанрові визначення та образи, які стали частиною культурної спадщини і візуального мистецтва. Відеокліпи стали важливою частиною медіа-культури, де музика і візуальні образи взаємно доповнювали одне одного, створюючи нові способи сприйняття і популяризації музики.

Цифрова ера принесла нові можливості для популяризації рок-музики через інтернет-платформи. Поява стрімінгових сервісів, таких як Spotify, Apple Music, а також соціальних мереж, таких як YouTube і Instagram, дозволила артистам безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, мінімізуючи вплив традиційних медіа-каналів. Завдяки цим платформам рок-музика отримала нові способи поширення, що дозволяють не лише підтримувати інтерес до класичних рок-гуртів, але й сприяти розвитку нових музичних напрямів. Музиканти отримали можливість миттєво ділитися своїми творами з аудиторією по всьому світу, що змінило правила гри на музичному ринку.

Одним із важливих аспектів взаємодії рок-музики та медіа є формування образу музиканта та його бренду. Сучасні рок-музиканти, використовуючи медіа-ресурси та соціальні мережі, активно створюють і підтримують свій імідж, що має величезне значення для їхнього комерційного успіху. Музиканти та гурти перетворюються на медіа-фігури, де їхні особистості, стиль життя, ідеї та політичні погляди стають частиною їхнього бренду. Такий підхід дозволяє не лише досягти більшої популярності, а й встановити зв'язок з конкретними соціальними групами та рухами, що поділяють певні цінності.

У рамках практичної частини дипломної роботи за допомогою конструктора Google Sites було розроблено сайт, який став не лише інструментом популяризації рок-музики, а й платформою для взаємодії з сучасною аудиторією. Сайт інтегрує різноманітні медіа-елементи, зокрема відео, аудіо-фрагменти, фотографії, графіки, що дозволяє користувачам не тільки ознайомитися з матеріалами, а й безпосередньо переживати важливі моменти історії рок-музики. Завдяки інтерактивності сайту, користувачі мають можливість взаємодіяти з контентом, залишати коментарі, оцінювати матеріали, що створює додаткову цінність для користувача.

Цей сайт, адаптований до сучасних технологій, таких інтеграція з популярними соцмережами, дозволяє досягти більшої видимості та привернути увагу не лише фанатів рок-музики, а й широкої аудиторії, що цікавиться сучасними підходами до музичної культури.

Розроблений сайт має потенціал для подальшого розвитку та вдосконалення. Вдосконалення його функціональності, розширення мультимедійного контенту, а також інтеграція з новими цифровими платформами дозволить підвищити ефективність його використання. Зокрема, інтеграція віртуальних концертів, відеоігор та інших сучасних медіаформ може значно збільшити інтерес до проєкту та залучити нову аудиторію.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що рок-музика, завдяки своїй взаємодії з медіа, стала не лише культурним феноменом, а й потужним інструментом соціальних змін. Сайт, розроблений у рамках цього дипломного проєкту, є ефективним інструментом для популяризації рок-музики через нові медіа та платформи. Завдяки інтерактивному контенту, мультимедійним елементам та доступності для ширшої аудиторії, сайт може стати важливою частиною сучасної медіа-культури, сприяючи глибшому розумінню ролі рок-музики в історії та сучасному суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бікнелл, С. *Бітлз: популярна музика та суспільство*. PoliPointPress, 2016
2. Білий, Г. *Соціальний вплив музики в цифрову еру*. Journal of Media and Cultural Studies, 29(4), 124-135, 2016
3. Високий, Х. *Вивчення популярної музики*. Open University Press, 1997
4. Дубоз, М. *Посібник рок-музиканта з ділових і юридичних питань*. W.W. Norton & Company, 2004
5. Гарофало, Р. *Rockin' Out: Популярна музика в США (3-тє видання)*. Аллін і Бекон, 1997
6. Гарфілд, Дж. *Культурні індустрії та їх розвиток у нових умовах*. Блеквелл, 2010
7. Холл, С. *Репрезентація: культурні репрезентації та практики позначення*. Публікації SAGE, 1997
8. Кастельс, М. *Розквіт мережевого суспільства*. Блеквелл, 2000
9. Коен, С. *Рок-культура в Ліверпулі: популярна музика у створенні*. Oxford University Press, 1991
10. Ліндвал, Т. *Реконтекстуалізація Beatles: рок-музика, медіа та культурне значення*. Популярна музика та суспільство, 34(3), 357-368, 2011
11. Маух, М. *Саундтрек революції: The Beatles і культурний вплив музики*. Преса Чиказького університету, 2011
12. Маклеод, К. *Свобода слова та риторика музичних відеокліпів*. Журнал популярної культури, 38(3), 352-378, 2005
13. Міддлтон, Р. *Вивчення популярної музики*. Open University Press, 1990
14. Пітчфорк Медіа. *Рок-музика в епоху цифрових технологій: виклики та можливості*. www.pitchfork.com, 2016
15. Фріт, С. *Виконання обрядів: про цінність популярної музики*. Видавництво Гарвардського університету, 1996
16. Хесмондхал, Д. *Культурні індустрії (3-є вид.)*. Публікації SAGE, 2016
17. BBC. *«Бітлз» і британське вторгнення: історичний огляд*. www.bbc.com, 2012
18. Rolling Stone. *500 найкращих альбомів усіх часів*. www.rollingstone.com, 2014
19. Statista. *Глобальний ринок потокового передавання музики – статистика та тенденції*. www.statista.com, 2023
20. Spotify Insights. *Вплив потокового передавання на популярну музику*. www.spotify.com, 2024

21. The Guardian. *Цифрові платформи та еволюція музичних жанрів: дослідження сучасних тенденцій у рок-музиці.* www.theguardian.com, 2021

ДОДАТКИ

Додаток

А

Музика та медіа-культура

Головна сторінка

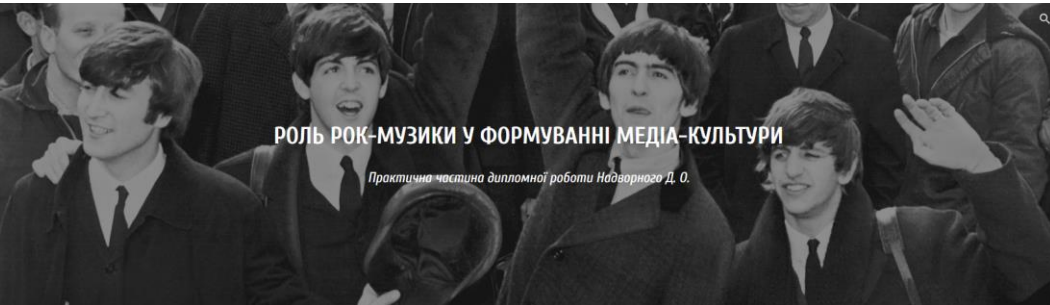
Історія розвитку рок-музики та її вплив на медіакультуру

Рок-музика та медіа: Взаємодія і трансформація

Соціальна роль рок-музики в медіакulturі

Сучасні тенденції рок-музики в медіакulturі

Висновки



РОЛЬ РОК-МУЗИКИ У ФОРМУВАННІ МЕДІА-КУЛЬТУРИ

Практична частина дипломної роботи Наварного Д. О.

Дані про роботу

Ідея дипломної роботи – дослідження ролі рок-музики як ключового елемента у формуванні сучасної медіакulturі, її здатності впливати на аудиторію, визначати соціальні тренди та створювати нові комунікаційні формати.

Мета дипломної роботи – дослідити вплив рок-музики на формування сучасної медіакulturі, проаналізувати її роль у створенні соціальних тенденцій, комунікаційних стратегій та ідеологій у медіапросторі.

Об'єкт дослідження – рок-музика як явище популярної культури.

Предмет дослідження – взаємодія рок-музики та сучасної медіакulturі.

Додаток

Б

Музика та медіа-культура

Головна сторінка

Історія розвитку рок-музики та її вплив на медіакulturі

Рок-музика та медіа: Взаємодія і трансформація

Соціальна роль рок-музики в медіакulturі

Сучасні тенденції рок-музики в медіакulturі

Висновки


Історія розвитку рок-музики та її вплив на медіакulturі

Виникнення і становлення рок-музики (1950-60-ті роки)

Рок-музика зародилася в середині 1950-х років як музичний жанр, який поєднав елементи ритм-енд-блюзу, кантрі та блюзу. Перші рок-музиканти, такі як Елвіс Преслі, Чак Беррі, Літл Річард, привнесли в музику новий стиль, який мав величезний вплив на молодь того часу. Рок-музика стала своєрідним символом змін, що відбувалися в суспільстві, і надихала на соціальні рухи.

Медійний контекст 1950-х років також змінився: почали набирати популярності нові медіа-платформи, зокрема радіо та телебачення. Радіостанції стали основним каналом для поширення нових музичних стилів, а телевізійні програми, такі як American Bandstand, стали важливим майданчиком для молодих артистів. Завдяки масовим медіа, рок-музика швидко стала популярною серед американської молоді, а її звучання та образи стали символами протесту та індивідуалізму.

Протягом цього періоду рок-музика здобула масову популярність, і саме медіа сприяли її трансляції не тільки в Америці, але й на міжнародному рівні. Зокрема, Європа почала активно цікавитися американським роком, і в результаті цього виникла культура рок-музики, яка була сприйнята як нове покоління звуку, що виходить за рамки традиційної поп-музики. Роль медіа в цей період була важливою: вони стали не просто каналами для поширення музики, а й впливали на популяризацію образу рок-музиканта, на формування фанатських спільнот.



Додаток

В

Музика та медіа-культура

Головна сторінка

Історія розвитку рок-музики та її вплив на медіакulturі

Рок-музика та медіа: Взаємодія і трансформація

Соціальна роль рок-музики в медіакulturі

Сучасні тенденції рок-музики в медіакulturі

Висновки

Рок-музика та медіа: Взаємодія і трансформація

Взаємодія з музичними телеканалами (MTV, VH1) та їх вплив на популяризацію рок-музики

У 1980-х роках революція в світі медіа розпочалася з появи телеканалів, які спеціалізувалися на музичному контенті. MTV, запущений у 1981 році, став справжнім катарсисом для музичного ринку, і рок-музика відразу ж стала одним із основних жанрів на цьому каналі. Вперше відеокліпи стали настільки ж важливими, як і сама музика, і отримали право на життя поза радіо чи концертами. Цей період також отримав назву "відео-року", адже телеканали, такі як MTV і VH1, активно підтримували рок-гурти, допомагаючи їм досягти світової популярності.

Музичні телеканали стали не тільки важливими медіаплатформами для просування музики, а й створили нові стандарти для презентації рок-артистів. Відеокліпи перетворилися на важливу складову творчості рок-гуртів, де візуальні ефекти, стиль та образи стали важливими для утвердження певного меседжу. Це особливо аскраво можна спостерігати на прикладі гуртів, таких як The Police, David Bowie та Queen, чий відеокліпи для MTV стали справжніми класиками жанру.

MTV також сприяло популяризації "нової хвилі" (new wave) та інших піджанрів рок-музики, таких як пост-панк і готичний рок. Музиканти почали звертати більше уваги на створення візуального образу, що супроводжувало їхню музику, і телеканали активно просували ці образи в медіа. Тому вже в середині 1980-х роках музика і відео стали взаємозалежними аспектами популярної культури, що сформувало нові стереотипи та норми.

З появою VH1 у 1985 році, який більш орієнтувався на класичний рок та музичну спадщину попередніх десятиліть, телеканали додатково забезпечили рок-музиці важливу платформу для збереження її культового статусу. Так, у 1990-х роках MTV почав обирати для ротации вже не тільки нових виконавців, але й ветеранів рок-сцени, що дозволило зберегти популярність жанру в умовах зміни музичних трендів.

Роль соціальних мереж і платформ (YouTube, Instagram) у поширенні рок-музики

Перехід до цифрової епохи на початку 2000-х років привів до революції в тому, як музика створюється, просувається і споживається. Соціальні мережі та платформи, такі як YouTube, Instagram, Facebook і TikTok, стали новими медіаплатформами, які дозволили рок-музикантам комунікувати з аудиторією безпосередньо, обходячи традиційні канали розповсюдження. Музиканти почали створювати контент, який не тільки прославляв їхню музику, але й розкривав їхню особистість, що сприяло більшій близькості з аудиторією.

Додаток Д

Музика та медіа-культура

Головна сторінка

Історія розвитку рок-музики та її вплив на медіакультуру

Рок-музика та медіа: Взаємодія і трансформація

Соціальна роль рок-музики в медіакультурі

Сучасні тенденції рок-музики в медіакультурі

Висновки

Соціальна роль рок-музики в медіакультурі

Рок-музика як вираз ідентичності покоління

Рок-музика завжди була невід'ємною частиною формування соціальних ідентичностей, особливо серед молоді. Вона стала не лише музичним жанром, але й важливим інструментом вираження покоління. З самого початку рок-н-рол почав асоціюватися з бунтарством і прагненням до свободи, що знаходило відгук серед молодих людей, які шукали спосіб відокремитися від традиційних норм суспільства. У 1960-70-х роках рок-музика стала відзеркаленням боротьби за громадянські права, боротьби проти війни у В'єтнамі і соціальних змін. Альбоми таких груп, як The Beatles, The Rolling Stones, Bob Dylan, стали гімнами покоління, що прагнуло змін. Музика ставала каналом, через який молодь могла висловити своє невдоволення, протест проти старих порядків і здобуття нових можливостей для самовираження. Особливо це було очевидно під час культурних і соціальних зрушень 1960-х, коли рок-музика стала символом контркультури. Вона ставала виразом антиавторитарних настроїв, виступаючи проти політичних режимів, за свободу особистості та рівність прав. Наприклад, "The Times They Are A-Changin'" Боба Ділана або "Give Peace a Chance" Джона Леннона стали символами політичного протесту, який став невід'ємною частиною молодіжної культури того часу.

Згодом, у 1980-х і 1990-х роках, рок-музика стала виразом індивідуалізму і нових поколінь, які шукали свою ідентичність у світі, що швидко змінюється. Ідентичність поколінь 1980-х, сформована через такі рухи, як глем-рок і новий романтизм, була виражена через екстравагантний стиль і помітну естетику, а в 1990-х – через гранж, який відображав біль і розчарування від світу, що не відповідав ідеалам попередніх поколінь.

Формування контркультур через рок-музику

Одним із найбільш значущих аспектів рок-музики було її вміння створювати контркультури, що з'являлися як реакція на соціальні та політичні проблеми. Рок-музика була не просто формою мистецтва, а потужним інструментом змін, який об'єднував людей з подібними поглядами та ідеями, сприяючи розвитку нових соціальних груп.

Панк-рок, що з'явився наприкінці 1970-х, став важливою складовою соціальної та культурної революції. Панк був реакцією на нудьгу і розчарування молоді перед політичною ситуацією і комерціалізацією рок-музики. Він сформував свою власну естетику – агресивний,

Додаток Е

Музика та медіа-культура

Головна сторінка

Історія розвитку рок-музики та її вплив на медіакультуру

Рок-музика та медіа: Взаємодія і трансформація

Соціальна роль рок-музики в медіакультурі

Сучасні тенденції рок-музики в медіакультурі

Висновки

Сучасні тенденції рок-музики в медіакультурі

Вплив стрімінгових платформ на популярність рок-музики

Стрімінгові платформи, такі як Spotify, Apple Music, і YouTube, значно змінили музичну індустрію і вплинули на те, як рок-музика сприймається і просувається в цифрову еру. З початку 2010-х років ці сервіси стали основними каналами для прослушування музики, і їх вплив на жанр рок не можна недоцінювати.

Завдяки стрімінговим платформам, слухачі мають доступ до мільйонів пісень, включаючи архів класичних рок-гуртів та нові релізи від сучасних артистів. Ці платформи дозволяють користувачам створювати власні плейлисти, що дозволяє їм по-новому взаємодіяти з музикою, відкриваючи для себе як старі хіти, так і нові композиції. Більш того, стрімінг дозволяє молодим рок-артистам досягати глобальної аудиторії без необхідності проводити через традиційні канали, такі як радіо чи записи на платівках.

Платформи, як Spotify, використовують алгоритми для створення персоналізованих рекомендацій, що сприяє збільшенню популярності як класичних рок-гуртів, так і нових виконавців. Крім того, сучасні артисти можуть безпосередньо взаємодіяти зі своєю аудиторією через соціальні мережі та стрімінгові платформи, що значно полегшує просування музики.

Динаміка популярності рок-музики на стрімінгових платформах (2014-2023)

Рік	Популярність (%)
2014	22.0
2015	21.8
2016	21.6
2017	21.4
2018	21.2
2019	21.0
2020	20.8
2021	20.6
2022	20.5
2023	20.5

Додаток Є

Музика та медіа-культура

Головна сторінка

Історія розвитку рок-музики та її вплив на медіакультуру

Рок-музика та медіа: Взаємодія і трансформація

Соціальна роль рок-музики в медіакультурі

Сучасні тенденції рок-музики в медіакультурі

Висновки

Висновки

Час не стоїть на місці

Рок-музика, починаючи з 1950-х років, стала не просто жанром музики, а культурним феноменом, який сформував нові соціальні та медіаідеї. Від початкових етапів, коли артисти, такі як Елвіс Преслі, порушували традиційні межі між музикою і медіа, до великих революційних подій, як британське вторгнення та феномен гуртів на зразок The Beatles, рок-музика вже на ранніх етапах своєї історії показала здатність змінювати медіапейзаж. Шоу і виступи, які раніше не мали аналогів, стали важливими елементами культурного контексту, впливаючи на масову культуру, як через радіо, так і через телебачення.

У 1960-1970-х роках рок-музика трансформувалася на тлі політичних змін, культурних революцій та технологічних новацій. Повна концептуальних альбомів, таких як The Dark Side of the Moon Pink Floyd, стала важливою віхою у розвитку музики, де звук і тема альбомів стали засобом не тільки для розваги, а й для соціального коментаря та рефлексії. Вплив таких груп, як Led Zeppelin і The Who, на звукозапис і технології також став значним, розширюючи межі того, що можна було зробити із звуком у студії, і створюючи нові можливості для музикантів.