

ПОТРЕБИ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ МУЗИЧНИХ ПРЕФЕРЕНЦІЙ СТУДЕНТІВ

В статті вивчається роль потреб у формуванні музичних преференцій студентів. Розглянуті потреби спілкування (комунікації), умови їх реалізації в навчальній та позанавчальній діяльності студентів. Показані взаємовідносини студентів музичної та немузичної професії (технічної та гуманітарної) на основі порівняння групових цінностей за критерієм “свій”- “чужий”. Проведено вивчення потреб емоцій, почуттів, емоційних переживань. Виявлено домінування базових потреб. Показано спрямованість соціальних потреб студентів – спілкування, взаємообміну інформацією – на музику різних напрямів. Виявлено виникнення нових потреб в умовах соціокультурних змін в Україні.

Keywords: *needs, musical preferences, relations, communicative process, emotions.*

Ключові слова: *потреби, музичні преференції, спілкування, комунікативний процес, емоційні переживання.*

Ключевые слова: *потребности, музыкальные преференции, общение, коммуникативный процесс, эмоциональные переживания.*

Проблема формування музичних преференцій молодого покоління завжди цікавила фахівців, нерідко ставала приводом для дискусій у суспільстві. І це зрозуміло, адже молодь, особливо студентська, як найбільш інформаційно насичена вікова група щодо освоєння і впровадження в повсякденне життя новацій, у тому числі мистецького ґатунку, завжди сприймалася як свого роду першопрохідці в розширенні діапазону музичних преференцій суспільства.

У наші дні ця проблема набуває особливої актуальності. Адже кардинальні зміни, які відбулись і продовжують відбуватися в художньому житті України, створили нові

умови для залучення і споживання мистецтва, породили нові форми спілкування з ним. Маємо ситуацію, коли споживач отримав можливості обирати для прослуховування твори будь-якого напрямку і художнього наповнення.

Отже, як формуються преференції, або ж уподобання, сучасної молоді людини в цих умовах, на нашу думку, становить значний інтерес ще й тому, що відкривається перспектива для розуміння процесів залучення до мистецтва як таких, його реального значення та ролі в житті людини.

Отже, з огляду на можливості задоволення художніх уподобань сучасної людини можна стверджувати, що діапазон музичних преференцій значно розширився. Але залишаються недостатньо вивченими чинники, які впливають на формування цих преференцій. Одним із таких чинників є потреби. Причому зазначимо, що спектр потреб, які впливають на формування музичних преференцій, досить широкий і виходить далеко за межі естетичних та художніх. Це можуть бути потреби і в спілкуванні, і в емоційному насиченні, і в самоствердженні тощо. Крім того, важливого значення набуває дослідження потреб як механізму формування музичних преференцій у нових соціокультурних умовах, нестабільній суспільній ситуації. За цих обставин музична культура та мистецтво змінюють свої функції, надають широкі можливості задоволення різних потреб молоді, студентів у тому числі. Це ще більше актуалізує необхідність розглянути роль потреб у процесі формування музичних уподобань студентства.

Об'єктом нашого дослідження є студенти гуманітарної, музичної та технічної професій. Предмет дослідження – потреби як чинник формування музичних преференцій студентів музичної та немусичної професій.

Метою дослідження є розгляд потреб сучасних студентів, які зумовлюють появу преференцій щодо музики, у ситуації соціокультурних змін.

Дослідженням явища потреб у контексті соціально-психологічного підходу займалися вітчизняні автори: Г.Андреева, Р.Шульга, Є.Головаха, В.Ядов, А.Здравомислов, В.Семенов, М.Хренов, Д.Леонт'єв, О.Тихомандрицька, О.Дубовська, В.Магун, І.Кон, С.Левікова, О.Донцов, західні

науковці – К.Левін, Е.Еріксон, Р.Френкін, А.Маслоу, Г.Мюррей, Г.Олпорт, Д.Майєрс, Х.Хекхаузен та ін. Вивчення потреб як одного з чинників процесу формування музичних уподобань молоді та студентів виявляє дві різні позиції авторів, які умовно можна визначити “теоретичною” та “практичною, реальною”. Позиція перших ґрунтується на створеній самими науковцями моделі потреб, яка відображає спосіб взаємовідносин молоді, студентів та музичної культури. Її вирізняють ознаки ідеального, бажаного. Відповідно до цієї моделі потреби студентів щодо музичної культури диференціюються на “вищі”, художні (або естетичні), які впливають на формування музичних уподобань у сфері класичного музичного мистецтва, і “нижчі”, які зумовлюють появу преференцій щодо сфери естрадної та рок-музики. При цьому враховується фактично існування тільки естетичних, художніх потреб. У кращому разі наявність позахудожніх за своєю суттю потреб даними дослідниками якщо і визнається, їм призначається місце на далекій периферії [1].

Натомість позиція інших науковців ґрунтується на виявленні реальних потреб молоді та студентів, які з’являються в умовах соціокультурних змін. Вони вказують на ситуацію змін у функціонуванні мистецтва, що призводить до зростання можливостей задоволення потреб молоді та студентів. Ці автори, спираючись на дані соціологічних досліджень, що проводились упродовж багатьох років, доводять, що серед потреб, які зумовлюють звертання до музичного мистецтва, переважають позаестетичні, позахудожні бажання, прагнення [2]. Ми вважаємо таку позицію конструктивною, бо саме завдяки їй можна дослідити реальний стан стосунків студентської молоді з музичним мистецтвом і виявити весь спектр потреб, які при цьому задовольняються.

Зрозуміло, що наявність потреб позахудожнього і позаестетичного ґатунку в звертанні до творів мистецтва потребують іншого аналізу, ніж той, який традиційно базувався на положеннях естетичної теорії. І для нашої роботи це важливо відзначити, бо вбачаємо можливість плідного вивчення реального стану споживання мистецтва, у тому

числі музичного, у залученні до аналізу напрацювань інших, крім естетики, наук, зокрема соціальної психології та психології. Саме базуючись на даних цих наук, можна розкрити значення у звертанні до твору таких складових, як лідерство, розподіл ролей, умови міжособистісного спілкування, особливості художньої комунікації; визначити різноманітність емоційних переживань, роль емпатії тощо

Визначення поняття потреби в соціальній психології ґрунтується на його трактуванні у взаємозв'язку з цінностями. Останні, по-перше, “спрямовують, організовують та зорієнтовують поведінку індивіда щодо певних цілей”; по-друге, потреби та цілі індивіда зіставляються з потребами та цілями групи, до якої він є належним; по-третє, чинник значущості потреб для індивіда, як і значущості цінностей, впливає на поведінку людини, на вибір шляхів та засобів задоволення цієї потреби, досягнення певних цілей [3, с. 80; 4, с. 323].

Питання відбору та класифікації потреб, крім їх значущості для студентів, передбачає введення ще одного критерію – їх формування в умовах різних видів діяльності студентської молоді, головними серед яких є навчальна та позанавчальна. Якщо навчальна діяльність, пов'язана з музикою, характеризує студентів музичних спеціальностей, то позанавчальна відрізняє і перших, і других, тобто і студентів-музикантів, і студентів-немузикантів. Проте розрізнення потреб щодо видів діяльності студентської молоді є певною мірою умовним, пояснюється необхідністю систематизації потреб, оскільки, наприклад, потреба спілкування (комунікації) задовольняється не тільки в межах дозвілля, а і у процесі навчання.

Для всіх професійних груп студентів загальною, однаково важливою є потреба спілкування. Ця потреба визнається найважливішою для людини, “умовою її нормального індивідуального існування” [4, с. 387]; крім того, ця потреба належить до соціальних потреб, віднесена психологом А.Маслоу до одного з вищих рівнів “піраміди” потреб людини. Сутністю спілкування як соціально-психологічного явища стають два його аспекти: спілкування як

засобу організації діяльності, і спілкування як задоволення потреби людини в іншій людині, тобто в живому контакті.

Повертаючись до питання формування преференцій, маємо розглянути, яким чином потреба в спілкуванні впливає на музичні уподобання студентів музикантів і студентів, що набувають інші спеціальності.

Для студентської молоді музичних спеціальностей спілкування визначає спосіб організації навчальної діяльності. Системоформуючим чинником сумісної навчальної діяльності є визначення загальної цілі, що об'єднує студентів у єдиний сукупний суб'єкт.

Спілкування студентів-музикантів пов'язано з цілями засвоєння знань та набуттям професійних навичок у межах більшості навчальних дисциплін, серед них, є, наприклад, – хор, ансамбль, оркестр, крім того, спілкування характеризує виконавську діяльність у відповідних музичних колективах. У межах студентських музичних колективів організація музично-виконавської діяльності провадиться за умов визначення та за участю *лідера*. Лідери можуть бути формальними, призначеними викладачем, диригентом, керівником колективу, наприклад, староста оркестру, а також неформальними, визнаними самими студентами, які вирізняються особливими професійними якостями, – здібностями, високим рівнем професійної майстерності. Крім того, спілкування у процесі організації виконавсько-музичної діяльності, гри в симфонічному, камерному оркестрі або в джаз-бенді пов'язане з розподілом *ролей* у середині колективу музикантів. Так, у музичних колективах студенти диференціюються на “першу” та “другу” інструментальні групи за критерієм професіоналізму, що розподіляє студентів за рівнем компетентності, визначає їх певний авторитет. Більш професійно впливові студенти, ті музиканти, які характеризуються високим професійним статусом, зокрема лауреати міжнародних музичних конкурсів, відмінники навчання, визначають ефективність, результат сумісної діяльності музичних колективів, а саме: внутрішню згуртованість, високу якість виконання музики та успішність виступів на концертах, музичних змаганнях.

Спілкування між педагогом та студентом (або студентською групою) також є способом організації навчальної діяльності. При цьому спілкування відбувається відповідно до соціальних ролей його учасників – учителя та студента. Взаємодія під час виконання ролей забезпечується певними очікуваннями, що організують співробітництво між учасниками цього процесу. В такому процесі *комунікація* є невід’ємним елементом, який включає передачу установок, знань, думок, ціннісних орієнтацій від викладача до студента (до групи) щодо змісту музичної дисципліни, що вивчається.

Потреба музичного спілкування студентів немусичних професій – гуманітарних та технічних – також реалізується за умов організації діяльності студентської самодіяльності в межах вузів, у яких навчаються студенти цих професійних груп. Спілкування в рамках музичної самодіяльності студентів відбувається за їх участі у музичних колективах – вокально-інструментальному ансамблі, рок-групі, вокальному ансамблі, танцювальному колективі, в яких студентська молодь має можливість грати на музичних інструментах, займатися співом та танцями, що є показовим для функціонування самодіяльних студентських колективів практично кожного з вузів як у рамках великих промислових міст, так і в межах невеликих (у філіях вищих навчальних закладів). За даними емпіричного соціологічного дослідження, проведеного Українським інститутом соціальних досліджень ім. О.Яременка у грудні 2008 р., предметом вивчення якого стало становище студентської молоді України, 8% студентів кілька разів на місяць займаються грою на музичних інструментах, 10% є учасниками самодіяльних творчих художніх колективів [5]. У процесі музикування та участі в музичних колективах спілкування стає не сумою паралельних діяльностей студентів, а взаємодією, об’єднанням учасників в одне ціле, що надає їм нових властивостей порівняно з діями кожного окремо.

Для студентів гуманітарної та технічної професії в ролі джерела музичної інформації виступають музичні радіо-

та телевізійні канали. Однак особливість сучасної ситуації полягає в тому, що наявність багатьох радіо- і телеканалів призводить до того, що споживач сам обирає собі комунікатора, і референтну групу, спеціальну музичну літературу. Тобто всі ці можливості доступу до музики й інформації про неї фактично обираються самим студентом відповідно до його потреб та можливостей. Є підстави вважати, що студенти технічних професій, особливо студенти спеціальностей, пов'язаних із сучасними комунікаційними технологіями, задовольняють більшість своїх потреб, у тому числі потребу в музичній інформації, за допомогою комп'ютера, Інтернету. Підтвердженням використання комп'ютерних технологій, Інтернету з метою пошуку інформації, музичної у тому числі, є дані соціологічних досліджень, які свідчать, що 98% студентів є користувачами комп'ютера та 92% – Інтернету, при цьому з метою спілкування ним щоденно користуються 45% [5; 6].

Потреба спілкування на міжгруповому рівні реалізується на ґрунті оцінки певної групи за критерієм “свій”–“чужий”. Тут вимальовуються свої особливості, що базуються на професійній належності груп. Так, між студентами-музикантами та студентами-немузикантами потреба у спілкуванні за допомогою музичного мистецтва задовольняється на основі взаємного сприйняття групами одна одної як “чужий”, виходячи з різних групових установок, цінностей, норм, ціннісних орієнтацій. У свою чергу, потреба спілкування між групами студентів-музикантів та студентів-гуманітаріїв характеризується сприйняттям груп та їх музичних уподобань скоріше як “свій” порівняно зі студентами технічної професії. Нарешті, між професійними групами студентів-гуманітаріїв та студентів технічної професії потреба спілкування, опосередкована засобами музики, ґрунтується на достатньо близьких оцінках музики, схожих музичних преференціях, взагалі на загальному ставленні до музичного мистецтва, та відповідає критерію, ближче до “свій”, аніж “чужий”.

Спілкування як характеристика його другого аспекту – необхідності людини в іншій людині – найперше визначає

позанавчальну діяльність, сферу дозвілля студентів. Б.Ананьєв характеризував цю потребу “як вияв особистістю потреби у спілкуванні й соціальної стимуляції свого розвитку” [4, с. 387]. Психологічне підтвердження або не-підтвердження іншою людиною нашого існування впливає на самооцінку людини, її емоційне самопочуття та навіть на психічне здоров’я. Так, зустрічі з товаришами та друзями займають одне з домінуючих місць у структурі дозвілля студентів, при цьому 41% студентів роблять це щоденно [5]. Зустрічі забезпечують партнерам по спілкуванню почуття співпереживання, розуміння, взагалі психологічне підтвердження власної значущості.

Іншими формами та видами дозвіллевой діяльності студентів і музичної, і немусичної професій є різні заняття музикою, які проходять разом із друзями, наприклад: слухання музичних записів (52% – щоденно), перегляд музичних відеокліпів, відвідування концертів (9% – декілька разів на місяць, 25% – на рік), нічних клубів, дискотеки (33% – щоденно), перебування або близькість до певної молодіжної субкультури, музичної також (10%). У рамках музичної субкультури задовольняється необхідність у спілкуванні, на молодіжному слензі – можливість “тусуватися”: “Тусовка – це ситуація взаємодії, правила поведінки в ній, і група тих, хто в даний момент грає за цими правилами. Тусовка – це сцена, на якій, як у театрі, в потрібних костюмах виконують потрібні ролі” [7, с. 262]. Бажання студентів спілкуватися задовольняється у групах “фанів”, “фан-клубах” – спільнотах шанувальників творчості того або іншого музиканта. Основною інформацією, якою обмінюються члени “фан-клубу”, є відомості, інформація щодо життя улюбленого артиста або музичної групи.

Важливою потребою молоді та студентів у їхній життєдіяльності є необхідність насичення емоціями, отримання переживань, що задовольняється засобами мистецтва, емоційними “ресурсами” музики також. Саме музика вирізняється значним емоційно-почуттєвим впливовим

потенціалом з-поміж інших видів мистецтва, можливою визначати поведінку людини, що відмічали ще стародавні мислителі і на яку вказують практично всі сучасні дослідники.

Потреби в емоційному насиченні, збагаченні почуттів та переживань розглядаються нами у зв'язку з комунікативним процесом. Як відомо, модель останнього являє система “автор–твір–публіка”. Процес сприйняття музичних творів з боку публіки супроводжується появою емоцій, переживань. Ми вже вказували на дві моделі взаємовідносин аудиторії та музичного мистецтва. Щодо емоцій публіки, студентів у тому числі, соціальні психологи відзначають, з одного боку, появу художніх переживань, зумовлених впливом “високого”, класичного мистецтва, музичного також, процесом адекватного розуміння художньої структури твору; з другого – у процесі сприйняття музики виникають психофізіологічні, “нижчі” емоції, які з'являються, як прийнято вважати, у результаті слухання всієї іншої неklasичної музики. Зрозуміло, що потреби саме художніх переживань вирізняють студентів-музикантів серед інших категорій студентів. За відсутністю художньо-естетичних рефлексій, які переважно формуються в процесі художньої освіти, для студентів-немузикантів більш характерними є задоволення потреб соціально-психологічного, психологічного наповнення – потреба в спілкуванні, в психологічній розрядці, емоційного наповнення, розширення інформаційного, ціннісного змісту тощо.

У цьому контексті необхідно відмітити, що побутуючу в науковій літературі диференціацію потреб емоцій на два рівні – “вищі” та “нижчі” – залежно від обраного жанру мистецтва не можна вважати достатньо коректною. Адже спроба “прив'язування” потреб професійних груп студентів до одного з них є більше логіко-теоретичним способом дослідження проблеми музичних преференцій, який відзеркалює тільки окремі аспекти взаємовідносин студентів та музичного мистецтва. Натомість з поля зору дослідників випадають базові потреби людини і пошуки задово-

лення цих потреб, а значить не враховується фактично і значення музичного мистецтва в його різноманітних проявах у задоволенні таких потреб. Потреби у стабільності, захищеності суттєво впливають на зміст музичних уподобань.

У цій ситуації поза увагою дослідників залишилися комунікативні процеси між студентами і різними видами сучасної музичної культури та мистецтва, які за змістом повідомлення (музичного твору) вирізняються різноманітністю художніх напрямів, жанрів та стилів. Фактично музика становить сьогодні основний зміст більшості художньо-комунікативних процесів і, з одного боку, формує потреби в емоційних переживаннях, з другого – є засобом їхнього задоволення.

Для відображення емоційної складової процесів спілкування та комунікації в соціальній психології використовується поняття *емпатії*. Можна вважати, що введення такого виду потреби, як потреба емпатії, або співпереживання, що задовольняється у комунікативному процесі, допоможе, по-перше, пояснити її значущість, по-друге, можливість її реалізації засобами не лише класичної музики, а й іншими видами музичної культури та мистецтва, наприклад, музикою Заходу та Сходу, музикою реклами та саундтреками з відомих кіно- та відеофільмів, мобільною та Інтернет-музикою, музикою радіо “Ретро” та “Jazz”, музичними заставками телепрограм та піснями з мультфільмів. Так, музика телевізійних рекламних роликів за популярністю займає третю позицію серед різної продукції українських телевізійних каналів, що виявляє потреби в слуханні саме такої музики, серед молоді та студентів у тому числі [8]. При цьому музичне сприйняття супроводжується емоціями та почуттями, в даному разі позитивними, останні вирізняються співчуттям, співпереживанням у процесі перегляду даного телевізійного продукту.

В сучасних соціокультурних умовах розвиток засобів масової комунікації, передусім телебачення, створює ситуацію, в якій за допомогою реклами рингтонів, мелодій

дзвінків мобільних телефонів, є можливим обирати будь-який із запропонованих. Дійсно, сьогодні ми стикаємося з таким поширеним явищем, як музика мобільних телефонів, що є одним із способів слухання музичних творів різних напрямів. Є підстави вважати, що широка палітра мелодій, яка нині звучить повсюди, також надає можливість задоволення потреби емпатії, співпереживання. Так, за нашими спостереженнями, безпосередній взаємообмін думками між молодими людьми, студентами також, у процесі телефонного зв'язку опосередковується засобами різних улюблених мелодій: піснями популярних музичних груп, саундтреками з блокбастерів, модними піснями сучасних виконавців. Потреба емпатії стає основою вибору мелодії, знаходиться в основі формування відповідних музичних преференцій.

Взаємообмін музичною інформацією між користувачами Інтернету, серед яких є і студенти, проходить на основі відправлення електронною поштою музичних файлів, обміну музичною інформацією, яка є необхідною одному або іншому користувачу. Зв'язок та взаємообмін необхідними даними, пошуком якої займаються користувачі комп'ютера та Інтернету, поєднує останніх у віртуальні співтовариства за критерієм подібних потреб, які формуються за допомогою комп'ютерної програми. Сітьові співтовариства з'являються саме з метою спілкування, процесу комунікації, для створення можливості взаємообміну думками, у тому числі музичною інформацією [9]. Крім того, аналіз музичних Інтернет-форумів, у межах яких відбувається спілкування, свідчить, що темами обговорення обираються особливості різних музичних стилів, творчість того або іншого музичного виконавця, останні події музичного життя та інші теми [10].

Однією з особливостей та способом реалізації потреби емоційного переживання студентів є явище самоспілкування [11, с. 95], яке зумовлюється технічною складовою розповсюдження музичного мистецтва, розвитком засобів масової комунікації, можливістю комунікації за посеред-

ництва індивідуальних технічних засобів слухання музики: за допомогою мобільного телефону, персонального та кишенькового комп'ютера, плеєра з навушниками та інших. У цій новій соціокультурній ситуації також є умови задоволення потреби емоційних переживань студентів, виникнення емпатії під час слухання музичних творів, узагалі з'являються умови формування нової потреби самоспілкування «наодинці з самим собою». Зазначимо, що створення послуги «щоденників»-блогів надає можливість користувачам Інтернету реалізації потреби спілкування та самоспілкування, у тому числі на теми музики.

Отже, формування музичних преференцій студентів зумовлюється, зокрема, дією механізму потреб. Потреби визначають спрямованість на об'єкти музичної культури за критерієм їх значущості для особистості, групи. Певні потреби задовольняються засобами музичного мистецтва у процесі організації навчальної та позанавчальної діяльності професійних груп студентів. Основною є потреба спілкування, яка включає і комунікативні процеси, взаємобмін музичною інформацією між його учасниками; потреба спілкування реалізується в межах музичних колективів, у процесі відвідування культурно-розважальних закладів, за умов належності до музичної субкультури.

Музичні уподобання формуються на ґрунті потреб в естетичних переживаннях, які диференціюються в контексті соціальної психології на вищі, художні та нижчі, психофізіологічні. Потреби в художніх переживаннях вирізняють передусім професійну групу студентів-музикантів. Якщо ж виходити з широкого соціокультурного контексту, реальні потреби в емоційному насиченні, психологічній розрядці реалізуються в результаті спілкування студентської молоді з музикою різних напрямів та різновидів, проявляються в стані емпатії, співпереживанні, у виході на рівень самоспілкування. Розвиток комунікаційних технологій значно розширив можливості і межі таких потреб та преференцій як для студентів-музикантів, так і студентів, які набувають професії, не пов'язані з музикою.

Література

1. Эриксон Э. Идентичность : юность и кризис / пер. с англ.; Э.Эриксон. – М., 2006. – 342 с. (Серия “Библиотека зарубежной психологии”); Семенов В.Е. Искусство как межличностная коммуникация (социально-психологическая концепция) / В.Е.Семенов. – СПб., 1995. – 200 с. ; Хренов Н.А. Социально-психологические аспекты взаимодействия искусства и публики, Н.А.Хренов. – М., 1981. – 304 с.
2. Шульга Р.П. Искусство в практиках культуры. Социокультурологический очерк / Р.П.Шульга. – К., 2008. – 240 с. ; Левикова С.И. Феномен молодежной субкультуры (социально-философский аспект) : дисс. ... доктора филос. наук / С.И.Левикова. – М., 2002. – 358 с.
3. Тихомандрицкая О.А., Дубовская Е.М. Особенности социально-психологического изучения ценностей как элементов когнитивной и мотивационно-потребностной сферы (методические аспекты) / О.А.Тихомандрицкая, Е.М.Дубовская // Мир психологии. – 1999. – № 3 (19) ; Левин К. Теория поля в социальных науках : пер. с англ. / К.Левин. – СПб., 2000 ; Магун В.С. Потребности и психология социальной деятельности личности / под ред. В.А.Ядова, В.С.Магун. – Л., 1983. – С. 43–45.
4. Москаленко В.В. Соціальна психологія : підручник В.В.Москаленко. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005.
5. Становище студентської молоді України / <http://www.eustudy.at.ua/>
6. Ручка А.О. Дисперсія культурного капіталу в сучасному українському соціумі : порівняльний аналіз / А.Ручка // Українське суспільство 1994–2005. Динаміка соціальних змін [за ред. В.Ворони, М.Шульги]. – К., 2005. – С. 312–321.
7. Соколов М. Как писать этнографию молодежной субкультуры. Цит. за : Левикова С.И. Феномен молодежной субкультуры: социально-философский аспект : дисс. ... доктора филос. наук / С.И.Левикова. – М., 2002.
8. Різник О. Музичні програми на телеканалах України / www.culturastudies.in.ua/2008_zv3_menu.php.
9. Долгин А.Б. Экономика символического обмена. А.Б.Долгин. – М., 2006.
10. <http://www.musicforum.com.ua>; <http://www.forum-ua.net/index.php?showforum>; <http://indiforum.org.ua>.
11. Хренов Н.А. Социально-психологические аспекты взаимодействия искусства и публики / Н.А.Хренов. – М., 1981.