

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Нестеряк Юрій Васильович

«__» _____ 2020 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»

**ПРОБЛЕМИ І СТРАТЕГІЯ ПОШИРЕННЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ
ПОПУЛЯРНОЇ ПІСНІ СЕРЕД МОЛОДІЖНОЇ АУДИТОРІЇ**

Виконавець: Федотова Анастасія Іллівна

Керівник: професор кафедри, доктор філологічних наук

Васьків Микола Степанович

Нормоконтролер:

Остапчук Світлана Сергіївна

Київ – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ІСТОРИКО – ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ	8
1.1. Розвиток сучасної української музичної культури	8
1.2. Українська популярна музика та її напрямки.....	18
1.3. Актуальні тенденції розвитку сучасної української музики.....	27
Висновки до розділу 1.....	35
РОЗДІЛ 2. ПЛАТФОРМИ ТА СПОСОБИ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ МУЗИЧНИХ ТРЕНДІВ	36
Висновки до розділу 2	54
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МУЗИЧНОГО РИНКУ	55
3.1. Встановлення квот щодо української мови в радіоефірах та ЗМІ.....	55

3.2. Стратегія розвитку виконавця. Поради щодо виходу на український музичний ринок.....	60
Висновки до розділу 3.....	66
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70

ВСТУП

Наша країна завжди мала талановитих людей з неймовірними голосами. А наші люди завжди вміли гарно співати. Коли Україна стала незалежною, тді стрімко почала розвиватися українська музика. Наша особиста естрада, яку ще наивають «шоу-бізнес», в Україні пройшла довгий шлях від виконавців – початківців до достатньо успішної та прибуткової індустрії.

Виконавці нашої країни відкривали всьому світу талант, який приховувався в серцях та голосах людей України. Багато з тих, хто був початківцем української естради, досі в топі всіх чартів, а хтось уже давно відійшов від сцени. Тоді вже з'явилися пісні, які є улюбленцями у наш час, «вічні та невмирущі» пісні – «Лиш вона» «Плачу Єремії», «Старенький трамвай» «Піккардійської терції», «Мовчати» «Скрябіна», «Лента за лентою», «Ніч яка місячна», «Все буде добре» «Океану Ельзи» та багато інших. Коли в компанії з'являлася гітара і, то весь будинок, а інколи й сусідній, чув найулюбленіші пісні молоді та й не тільки. [41]

Масовий занепад музичної промисловості під впливом цифрових технологій протягом майже двох десятиріч залишається в центрі уваги як експертів музичної гілки, наприклад, так і широких верств населення. Певна межа була пройдена у 2015 році, коли прибуток від музичних записів у цифровому форматі вперше перевищила прибуток від реалізації музики на тілесних носіях. [28]

Незважаючи на деякі причини сповільнення розвитку культури, попит та різноманіття музики продовжує зростати з кожним роком у всьому світу вибуховими темпами. Зараз люди, насамперед молодь, слухають

музику скрізь: на вулиці, у громадському транспорті, в автівках, на роботі, в помешканнях тощо. Музика вбудована у повсякденне життя людей в усьому світі як ніколи раніше. А музична промисловість забезпечує музичний ринок продукцією найрізноманітніших музичних жанрів, стилів і напрямків.

Початок вітчизняної естради, яка не схожа ні на яку, розпочалась ще за декілька років до незалежності, у 1989 році, 24 вересня у Чернівцях проходив фестиваль вітчизняної музики «Червона рута–89». Їх силоміць виводили за межі стадіону, окремих шанувальників української музики міліціонери виносили на руках. Із протестом проти міліцейського свавілля прямо під час концерту виступили Марія Бурмака та Василь Жданкін. [27]

А вже через декілька років у Харкові з'явилися на сцені «Червоної Руги» улюбленці багатьох - «Танок на майдані Конго» і «Тартак». Іншим такого масштабу майданчиком на той час стало радіо «Промінь» – символ української сцени, на якому цілими днями крутили популярних у ті дні виконавців – Іво Бобула, «Братів Карамазових», Віктора Павлика та інших [6, с. 47].

У середині дев'яностих на одному з українських телеканалів вперше вийшла передача, яка зробила українську музику дійсно популярною в молодіжному середовищі. «Територія А» та її ведуча Анжеліка Рудницька кожного дня складали гіт-парад, у якому фігурували винятково вітчизняні виконавці. Підлітки України зрозуміли, що слухати українське тепер модно. А сама «Територія А» дала путівку в життя багатьом артистам. [28]

Співачка того часу, чиї пісні лунали майже з усіх куточків країни була Ірина Білик. А ось серед чоловіків «секс-символом» того часу був Олександр Пономарьов. У 1995 році Олександр отримав Гран-прі на Міжнародному конкурсі молодих виконавців сучасної української пісні імені Володимира Івасюка, який відбувався у Чернівцях. Успіх того чау був неймовірний. Руслана та її «Дикі танці» підкорили Європу своїми

неймовірними рухами та енергетикою, українська співачка виграла «Євробачення». Варто зазначити, що це була не перша поява України на сцені престижного конкурсу. На рік раніше першовідкривачем став Олександр Пономарьов, який посів 14-те місце. [28]

На даний час музика є невід'ємною частиною життя сучасної людини. У масовій культурі музичні твори сприймаються не лише як складні звукові тексти зі своєю динамікою, гармонією, темпом, а і як індикатори настрою людини, супровідне тло під певні дії та процеси. Користувачі інтернету отримали можливість у найкоротші терміни отримувати запис будь-якого музичного твору і створювати свої плейлисти, не виходячи з дому. Інтернет розширив ринок і збільшив різноманітність музичного матеріалу.

Коли почали поширюватися сервіси обміну файлами музичної індустрії, критики пророкували катастрофічні втрати у продажах і приреченість подальшої долі. Спочатку ці передбачення, здавалося, дійсно ставали реальністю, оскільки на початку 2000-х дуже сильно було поширене піратство, однак усе змінилося з появою iTunes Music Store і легальним поширенням музики в мережі інтернет, із можливістю заробітку для артистів. Новий етап розвитку інформаційного середовища в останні роки показав велику зацікавленість інтернет-спільноти в соціально орієнтованих проектах.

У сучасній музичній культурі готовий продукт – це не стільки музичні складники, скільки синтез звуку, візуального супроводу й іміджу виконавців. В умовах перенасиченості сфери мистецтва творами, які надходять у зовнішнє масове середовище через різні канали інформації (радіо, телебачення й, особливо, інтернет), необхідно не лише вміти створити творчо якісний продукт, а й правильно подати його масовій аудиторії. Для цього у сферу мистецтва, в тому числі й музичного, залучаються різні маркетингові комунікації, серед яких одне з

найважливіших місць займає реклама. В Україні приблизно з 90-х років є своя музична індустрія з усіма складниками: є музичні фестивалі, концертні агенції, звукозаписувальні компанії, продюсери, чарти, музичні радіо- й телеканали. У принципі побудова рентабельної музичної індустрії, що, крім додаткових податків і експортних надходжень, популяризуватиме українську музичну культуру за кордоном, можлива й в Україні [2, с. 70].

Актуальність проблеми полягає в тому, що формування потужної національної музичної індустрії на сучасному етапі є важливим для творення власного музично-культурного простору, для націєтворення і державотворення. Вивчення музичної промисловості орієнтується культурними і соціальними трансформаціями, які відбуваються у світі й в Україні протягом останніх десяти років. Глобальна музична цивілізація досить різноманітна, і сучасна людина не може існувати за межами цього культурного простору, який посилено розвивається.

Предмет дослідження – актуальні тенденції та проблеми в розвитку популярної української музики і шляхи, форми, засоби її популяризації в Україні й за кордоном.

Об’єкт дипломної роботи – популярна українська музика та сучасні виконавці.

Мета дослідження – визначити актуальні проблеми розвитку сучасної української музичної індустрії та її просування в Україні й за кордоном.

Визначена мета передбачає розв’язання низки ключових завдань:

- 1) розглянути історію становлення українського музичного ринку;
- 2) проаналізувати основні тенденції й напрями в українській популярній музиці;
- 3) розглянути переваги і недоліки різноманітних платформ для просування музикантів і їх музики;

4) розробити систему заходів щодо просування української популярної музики на вітчизняному і закордонному ринку.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в аналізі становлення українського шоу-бізнесу, проблематики розповсюдження музичного продукту та створення стратегії для популяризації.

Практичне значення отриманих результатів роботи полягає в тому, що результати дослідження, отримані в даній роботі, можна використовувати в діяльності, пов'язаною із музичною індустрією. Практична новизна роботи виявляється в систематизації оброблених даних і виведення власних рекомендацій.

Методи дослідження. Включають аналіз наукової літератури і тематичних публікацій в ЗМІ.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (54 джерел). Загальний обсяг роботи становить 78 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ІСТОРИКО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Розвиток сучасної української музичної культури

Популярна українська пісня досить розповсюджена, має багато жанрів, а також зароджуються нові віхи. З часом дуже забувається та занепадає класичний жанр. Саме цей жанр є початківцем.

У всіх країнах світу музика переходить від мелодійної до гучної, електронної, часто незрозумілу (рок-музика, дабстеп, транс, хаус). Зміст пісень інколи лякає, як і сама музика.

Згодом змінюється все. Як світогляд людей, так і наповнення та суть музичних композицій. Ми не стоїмо на місці, а рухаємося далі. Світ постійно змінюється та з'являються нові сенси текстів. На мою думку, деградація людства в моральному і розумовому плані стрімко, але у нашому світі змінюється все. Дуже стрімко зростають технології.

Музика – це культура нації. Наша культура змінилась зовсім. Якщо раніше більшість творців робили музику заради мистецтва, то зараз музика заради грошей. Але я не кажу про всіх, звичайно.

Мистецтво є відображенням світогляду та тих подій, що відбуваються навколо. Музика не є виключенням з цього правила.

Тільки констатація фактів:

- у жахливому стані перебуває мережа початкових музичних закладів освіти;
- практично така ж ситуація спостерігається в царині дитячих художніх та спортивних шкіл;

–фактично знищені мережі будинків культури, бібліотек та книгорозповсюдження;

– ледве жевріє система укрконцерту та філармонійних закладів;

–ненабагато кращою є ситуація з середніми та вищими навчальними закладами культури і мистецтва.

Розвиток музичної культури й освіти через підвищення музичної індустрії сприяє економічному розвитку країни й навпаки. У 1994 році в Німеччині було продано звуконосіїв (аудіокасет, компактдисків тощо) з музичним змістом на суму 5,8 млрд. німецьких марок [6, с. 43].

Музичне виховання є одним із найважливішим чинником у формуванні духовної культури особистості. Та це йде до нас з давнини. Ще в далекому минулому музиці надавалося значення важливого морально-виховного фактору [20, с. 113].

Завдяки популяризації позитивних результатів досліджень впливу музики й музичної освіти на розвиток особистості й суспільства в останні роки різко підвищились очікування німецької громадськості від процесу музичного навчання й виховання молодого покоління в школі [3, с. 69]. Музичний бізнес вважається складовим в системі сучасної естради. Музичний бізнес був проведений довголітню ситуацію, що включає рубежі появи, розвитку та еволюції. Розвиваючись десятиліттями, він перетерпів важливих змін, як в музиці, наприклад і в власній технічній елемента. Свіжі технології приїхали на заміну стареньким, створивши, що найбільш, свіжі музичні стилі, розкриваючи перед собою цільні музичні часи.

Беручи до уваги високий ступінь сенсу призначених музичних видань в процесі відображення музичної промисловості. Задачі специфічності призначених видань, що відображають різні сфери культури, в кількості і музичну культуру приурочені до вивчення величезного числа творців, що займаються нею в різноманітних секторах економіки.

Справжнє обговорення парадоксу прогресивної глобальної музичної культури, цілком ймовірно при всебічному і незмінному дослідженні моментів, що впливають на становлення наданого розділу культури. Присутній увагу з боку науковців і функціонерів культури, що роблять спроби надати повноцінну оцінку цьому появі як прогресивна світова музична цивілізація, на жаль, що не характеризуються системністю і глибинної аналізу. [9, с. 30]

У постіндустріальному суспільстві термін «масова культура» включений і вважається актуальним в всіляких сферах культури: кінематограф, образотворче мистецтво, музика, театр і т.д. необхідною властивої рисою глобальної культури вважається комерціалізація актуалізується сфери, саме перепродаж «культурного продукту» [9, с. 49].

Вирізнити 10 знакових альбомів в історії сучасної української музики виявилось не так просто. На щастя, не тому що їх занадто мало, а тому що довелося нещадно відкидати відмінні варіанти.

Наприклад, який альбом варто виділити – «Музичний лист щастя» «Тартака», на якому виросло ціле покоління молоді, або «В країні ілюзій» «Димної Суміші».

Це 10 альбомів, які обов'язково повинен послухати кожен, щоб розуміти, що собою являє українська музика в цілому, як вона стала такою, якою ми її чуємо зараз [41].

1. «Брати Гадюкіни» – «Всьо Чотко!» (1989)

«Гади» – феномен української музики. Група організувалася в 1987-му, а вже в 1989-му, після виходу дебютної касети (так, тоді ще касети) «Всьо Чотко!», збирали стадіони.

Популярність йшла попереду групи. Незважаючи на суржик, діалектизми і відверто наркоманську тематику багатьох текстів, за 6 років активної діяльності «Гадюкіни» встигли стати воістину культовими. Практично всі більш-менш відомі українські музиканти згодом говорили

про вплив «Гадів» на їх музику (до слова, приблизно таку ж роль в американській музиці відіграв Neil Young). У «Всьо Чотко!» зосереджені маса алюзій на кращі приклади світового року, безмежний стьоб над собою і адаптація українських народних мотивів. Цей альбом варто слухати хоча б заради того, щоб зрозуміти, звідки ростуть ноги української рок-музики в цілому.

2. «Скрябін» – «Технофайт» (1993)

Останні роки 10 група «Скрябін» пише поп-музику, не особливо обтяжену претензією на оригінальність. Але в 1993 році Кузьма, Шура і Рой в підвалі студії записували, мабуть, перший знаковий альбом в історії українського електро-попа.

Чесно кажучи, в 2020 році «Технофайт» слухати досить складно. Занадто ріжуть слух електронні інструменти і погана якість запису.

До цього дня цей альбом залишається в плеєрах меломанів. Наприклад, через 20 років після виходу альбому «Танець Пінгвіна» знайшла нове життя завдяки каверу Івана Дорна [41].

3. «Воплі Відоплясова» – «Музика» (1997)

ВВ – ще один феномен української музики. Якимось дивом їм вдалося стати проповідниками «шароварщини» та першої інді-фолк групою в Україні одночасно. Засновані «Воплі» були ще раніше, ніж «Скрябін» і «Брати Гадюкіни». Але шлях їх пролягав не тільки через Палаци культури УРСР, а також через європейські, а особливо французькі клуби та фестивалі. По суті, ВВ стали першою великою українською групою з міжнародним досвідом концертної діяльності. [41]

4. «Океан Ельзи» – «Суперсиметрія» (2003)

У 2000 році виходить альбом групи «Океан Ельзи». Цей момент можна вважати датою народження українського масового поп-року. Через 11 років під час епохального туру на честь 20-річчя гурту, стадіони всіх великих міст України хором співали всі пісні, що виконуються з цих

альбомів, знаючи їх напам'ять. Популярність «ОЕ» важко переоцінити. «Золотий склад» до сих пір вважається ідеальним поєднанням концертної подачі і щирої творчості. [32]

5. *5'nizza – «П'ятниця» (2003)*

Сергій Бабкін, Андрій Запорожець і акустична гітара. Цього виявилось достатньо, щоб сколотити абсолютно унікальний, навіть за світовими мірками, колектив. У той час, як «Брати Гадюкіни», «Скрябін», ВВ і «Океан Ельзи» - із Західної України, 5'nizza - представники так званої «харківської тусовки», з якої згодом вийшов цілий ряд талановитих музикантів і письменників. [34]

6. *Руслана – «Дикі Танці» (2003)*

Руслана змогла облагородити шароварщину на масовому рівні. Попередній лонгплей «Мить весни» був дуже милим і дуже в дусі ранньої української попси, хоча вже тоді Руслана почала формуватися, як потужна і самостійна поп-виконавиця.

«Дикі танці» стали справжньою сенсацією. Второваною ВВ доріжці українські мотиви в красивій обгортці відмінно зайшли за кордоном. Перша в історії України перемога на Євробаченні, та ще й така яскрава. [41]

7. *«Танок На Майдані Конго» – «Пожежі Міста Вавілон» (2004)*

Перші спроби писати музику Фоззі і Котя зробили в 1989 році. Через 9 років вийшов «Зроби мені хіп-хоп» – мабуть, перший масовий український хіп-хоп альбом. ТНМК швидко зайняли нішу менйстрімового хіп-хопу і репкор на український манер. [41]

8. *«Гартак» – «Музичний лист щастя» (2004)*

«Гартак» завжди більше тяжіли до репкор, ніж до хіп-хопу, на відміну від ТНМК. За рахунок цього їм вдалося створити велику базу фанатів, багато з яких були представниками праворадикальної молоді або

фанатських організацій. Недарма такої популярності набула пісня «Хулігани» з «Музичний Лист Щастя». [41]

Паралельно з виходом альбому в країні розгорілася Помаранчева революція. Пісня «Я Чи не Хочу» стала одним із лейтмотивів тих подій. Складно було знайти людину більш авторитетного в молодіжному середовищі, ніж Сашко Положинський. Свій авторитет він зберіг і під час подій 2014 року. [41]

9. «Бумбокс» – «Меломанія» (2005)

Наймолодша з усіх груп, зазначених в цьому списку, «Бумбокс» з'явився в 2004 році. У першому складі, яким були записані три альбоми, учасниками були троє: Андрій Хливнюк, Андрій «Муха» Самойло (колишній гітарист «Тартака») і Валентин «Валик» Матіюк (колишній діджей «Тартака»). [41]

Кожен знайде щось особисте для себе в текстах пісень цих виконавців, адже вони пробираються у найпотаємніші куточки нашої душі.

Сучасні масмедіа покликані гарантувати поширення даних товарів між дуже максимально широкою аудиторії. Цим чином, глобальна цивілізація орієнтується крізь властивий яскраво виражений гедонізм, а ще вважається транслятором, проєктованим на розмову культурні значення і норми.

Прогресивна глобальна музична цивілізація значною мірою ґрунтується на вражаючій підтримці грошових коштів: радіохолдингів, телевізійних холдингів, інтернет-структур. Саме визначення масовості свідчить про схильність прогресивної музичної індустрії не до розвитку культури в моральному і ціннісному аспектах, а на залучення якомога більшого грошового потоку. [15, с. 36].

Майже всі творці при визначенні музичної культури проробляють догану на змістовній елемента, розумної музиці, що вимагає від слухача внутрішніх зусиль і конкретної підготовки. Основна маса дослідників що

спрямованість становлення глобальної музичної культури як постійний підйом її впливу, зумовлений швидким розвитком засобів глобальної інформації [15, с. 51].

Український рок вважається однією з найрозвинених течій сучасної української музики, та більш того, однією з найбільш широко представлених у всьому світі. [38].

У 2010-х роках в Україні музиканти почали серйозно освоювати новий жанр – indie музику. У цьому стилі грає «Zapaska», «The Elephants», колишній клавішник «Океану Ельзи» «Ріанобой». Київський гурт «Latexfauna» примудряється грати ліричну, але й водночас танцювальну музику зі своєрідним суржиком у текстах [41].

«У сучасній українській музиці відбувся вибух, але побачимо, чи не перетвориться він на “пшик”. Я перебуваю у піднесеному стані щодо того, що зараз відбувається в Україні. Хоча, до цього моменту, я був досить скептично налаштований. Мене тішить, що зараз продукуються не тільки “radio-friendly” пісні, а й композиції з емоційної складовою. Тобто, фактично, зникло поняття “не формат”, – сказав соліст «Бумбоксу» Андрій Хливнюк [28].

Музика «Zwuntar» створює особливу атмосферу вестерну поміщену в українські степи, коли ковбої заходять до хуторського салуну та розповідають містичні історії. Україно-американське акустичне кантрі грає Sasha Boole, який також на останніх роботах експериментує з електро.

Якісний блюз та джаз виконує Костянтин Колесниченко – талановитий губний гармоніст, або ж харпер з Дніпра. Його музику відзначили навіть відомі американські джазові критики. Відомими бардами та виконавцями авторської пісні ще з кінця 1980-тих років є Марія Бурмака та «Тризубий Стас».

Новим поколінням хіп-хопу стали спочатку «Бумбокс», а потім у 2010-ті «Бук», «Ярмак». Дуже стильною та якісною є музика формації «The

Cancel band» які змішують джаз, інструментальний хіп-хоп та трохи фанку. Якщо ти не знаєш, що «The Cancel band» це українці зі Львова, то дуже важко відрізнити від звучання яких небудь схожих виконавців з Чикаго чи Західного узбережжя. Досить самобутньою є хіп-хоп співачка Аліна Паш, яка дебютувала у 2018 році з двома дуже якісними кліпами до пісень «Oinagori» та «Bitanga» [38].

У жанрі електроніки працюють дуже відомі та популярні в Україні, так і закордоном «ОНУКА» та «The Hardkiss». Новим яскравим виконавцем у цьому жанрі є Максим Сікаленко або «Care Cod».

Із сучасної топової української поп музики можна назвати скажено популярних на YouTube – «Время и стекло», «Дзідзьо», «Monatik» естрадного ТІК. Окрім них також помітними є: «Альоша» «On і Она» «Mirami», та родичка легенди української естради Софії Ротару Sonya Kay та інші.

Сучасна музика – відображення емоцій та сьогоденних подій. Пісні – це мова народу, виразник його настроїв та прагнень. Пісенні жанри вражають різноманітністю, що свідчить про застосування пісні в різних життєвих обставинах. Без якісної та нової музики світ стане збіднілим, тому на радіостанції, які її розповсюджують, покладено велику відповідальність.

Пісні – це мова народу, виразник його настроїв та прагнень. Пісенні жанри вражають різноманітністю, що свідчить про застосування пісні в різних життєвих обставинах. Без якісної та нової музики світ стане збіднілим, тому на радіостанції, які її розповсюджують, покладено велику відповідальність.

Кожен музичний жанр сучасної української музики створений з визначеною ціллю. Ліричні пісні відображають буденне життя людей. Під час весіль, хрестин та інших свят слухають веселі народні пісні, які піднімають настрій. Сучасна українська музика підтримує дану традицію, пропонуючи різноманіття творів на будь-який випадок [28].

У кожній творчості знаходять відбиток як політичні, так і соціальні частини нашого життя. Пісня – це відображення того, що відбувається навколо. Сучасне музичне життя України унікальне. Воно ввібрало в себе національний характер, а також історію, філософію та світові музичні тренди.

Нині з'явилося безліч груп та ансамблів, які на новий лад виконують народні українські пісні. Вони особливо актуальні у час, коли традиції предків цінують як ніколи. Разом з етно-музикою не втрачає популярності сучасна поп-музика, яка вражає яскравістю та динамічністю. Всі пісні в цьому жанрі мають сенс, і слухаються в будь-якій ситуації [28].

Настільки гігантські здатності інтернет-простору практично позбавили розробників музичних товарів здатності до заробітку крізь випуск свіжих альбомів, наприклад як інтернет-піратство в надзвичайно слабо піддається на цей момент контролю. Спочатку ми позначимо властиві для означеного періоду властивості і риси і функції властиві глобальної музичної культури, між ними:

- платна база – в глобальній музичній культурі виразно проявлені ринкові відносини, де розробник свіжого музичного продукту зобов'язаний орієнтуватися на попит власної цільової аудиторії. Цим чином, задовольняючи потреби слухацької маси, композитор робить саме художню функцію, а продасть і актуалізує смак власного слухача. У наявності схема попиту і пропозиції, в якій композитор володіє найменшою свободою вибору, якщо його слухач;

- інтернаціоналізм – в умовах повсюдного і незмінного поліпшення засобів глобальної інформації, глобальна музична цивілізація поширюється за межами залежності географічного чинника. Отже, прогресивна публіка такого або ж іншого музичної течії зрідка містить вузькі географічні рамки, значить, публіка робиться міжнародної та мульти культурної,

відповідно до цього і ціннісні орієнтири зобов'язані бути усередненими і варіативними;

- гедонізм – одна з ключових функцій прогресивної глобальної музичної культури, що має історичне посилення і глибоке коріння. Орієнтуючись на задоволення потреб і запитів цільової аудиторії крізь розвага, глобальна музична цивілізація виступає як концептуальна, яка не відображає об'єктивну картину світу, але здатна створювати власну особисту художню дійсність. Відзначимо, власне що становлення гедоністичної функції в ХХ ст. з маргінального в минулому якості художньої роботи «вирішилося» десакралізацією мистецтва і перетворенням його в повсякденний продукт;

- нагальність і актуальність – глобальна музична цивілізація показує завищену зв'язок з тим, що відбувається «тут і зараз», певною мірою має можливість переходити в злободенність. цей аспект ґрунтується на потяг, а іноді і функції глобальної культури виступаючої в ролі транслятора соціального поняття, і рупора картає вади суспільства;

- передача культурних цінностей – ґрунтуючись на потужності тексту, достатку виразних засобів, діапазоні психологічних забарвлень, глобальна музична цивілізація не лише висловлює, а й заявляє ціннісні орієнтири суспільства. Таким чином, трапляється складання в суспільстві конкретних культурних орієнтирів, вираз яких ще трапляється по засобом музичної культури, власне що за власною схемою нагадує лавиноподібний потік [3, с. 76].

Отже, ми можемо перебігти до конкретного аналізу віянь і трендів становлення прогресивної глобальної музичної культури. Полеміка порівняно становлення глобальної музичної культури починає купувати дуальний характер, отримуючи своїх прихильників і опонентів, що розглядають процес глобалізації культури як граніт спотикання.

Проаналізувавши вплив прогресивної глобальної музичної культури на структуру ЗМІ, ми можемо влаштувати ряд рішень. Швидке зниження популярності тілесних носіїв спрямовує ЗМІ активніше застосувати сучасні технології, бути більше конвергентними, а нерідко робити інтернет продукти ще не мають фізіологічного носія.

Просування музичних товарів через інтернет-магазини ще викликає ряд коливань, в міць такого, власне що покупець на цей момент вже не готовий платити за музику, сприймаючи її як фонову появу, апріорі наявне в будь-якому девайсі.

1.2. Українська популярна музика та її напрямки

Цілісне розуміння популярної музики заключає в собі – слухання і сприймання. Ці показники дуже переплітаються з такими поняттями як «любити музику» і «розуміти музику». Любити музику – це коли ти відчуваєш потребу в комунікації з нею, відчувати її, тобто відчувати ті почуття, які нам намагаються передати через мелодію та слова. Розуміти ж музику – означає сприймати її свідомо, віддавати собі звіт у її змісті та, в якоюсь мірою, в формі її вираження.

Треба сказати, що поняття «любити» і «розуміти» стосовно сприймання музики майже завжди схожі між собою. Іноді вони і протиставляються: «Я музику люблю, хоча її і не розумію». Відомо безліч таких прикладів, коли слухачі дуже мало і навіть нічого про музиці не знаючі, люблять і переживають музику. Однак можна з упевненістю сказати, що сприйняття слухачів, мають підготовку, мають знання про музику, глибше, свідоміше, яскравіше. І, що особливо важливо, коло творів, які вони здатні емоційно сприйняти, складніше і ширше. Але буває й так, що досить складні твори глибоко сприймаються слухачами непідготовленими [28].

Так чи інакше можна сказати, що мова йде, звичайно, про талановитих людей. Дуже важливо додавати в музичну композицію не тільки слухову, але й емоційну складову.

Якщо проаналізувати термін «музичний смак», можна виокремити його просвітницьку, прогностичну функцію. Рівень розвитку музичного смаку, нерозривно пов'язаний із музичною культурою особистості, постійно нею вдосконалюється. Завдяки цим зусиллям людині відкривається світ звукових уявлень і вражень, що дає відчуття свободи, пізнання краси і самодостатності.

Молодь – це соціальна група, життєдіяльність якої характеризується активним вступом у самостійне життя, включеністю в нові соціальні відносини, формування світогляду, духовного обличчя, становлення характеру. Якості, які притаманні молодіжному поколінню: нестерпна схильність до нового, нетерпимість до рутини, динамізм, імпульсивність. Зараз в наш час є великі перспективи та можливості для самореалізації, для спроби зробити щось своє, унікальне та своєрідне. Так і в музиці. Популярна музика – одне з ключових явищ молодіжної культури. Поняття «популярна музика» має різні тлумачення. До популярної музики відносять найвідоміші й часто виконувані твори: класичні, народні, джазові та ін. Окрім того, до популярної музики належать різноманітні стилі й жанри розважально-естрадного музикування [28].

Отже, поняття «популярна музика» означає – зрозуміло висловлена, загальнодоступна, відома для всіх, така, що користується загальним попитом у конкретний період часу. Основними жанрами, як на наш розсуд, є популярна, рок та електронна музика.

Серед жанрів, які були перераховані до цього, раніше до поп-музики відносили й рок-музику, але пізніше ці поняття роз'єднались й відокремились. В Україні популярна естрада дуже активно розвивалася починаючи з минулих століть. Тоді були створені перші оригінальні

композиції рок-опери («Орфей та Евридика» О. Журбіна), джазові й естрадні композиції. Найвагомий внесок у процес розвитку української популярної молодіжної пісні зробив В. Івасюк – український поет і композитор, чия творчість ґрунтується на фольклорних джерелах, автор текстів і музики понад ста пісень, серед яких такі шедеври, як «Червона рута», «Водограй», «Я піду в далекі гори» та ін. Його пісня «Червона рута» дала назву Всеукраїнському фестивалю української пісні та музики [44].

Серед композиторів-пісенників тих років також О. Білаш, В. Верменич, П. Майборода, І. Поклад та ін. Широкої широку популярності того часу набула творчість таких естрадних виконавців, як С. Ротару, Н. Яремчук, О. Білозір, Т. Петриненко, А. Кудлай, гуртів «Смерічка», «Червона рута», «Кобза», тріо Мареничів. В той саме час почали з'являтися такі популярні гурти, як «Плач Єремії», пісня яких є найулюбленішою гітарною та компанійською баладою всіх віків.

Популярна музика представлена на всеукраїнських та міжнародних фестивалях «Червона рута», «Таврійські ігри», «Чайка». Виконавці вітчизняної популярної музики представляли Україну на конкурсах Євробачення. Серед них, зокрема, Руслана, у піснях якої втілено фольклорні мотиви карпатського регіону, стала переможницею конкурсу Євробачення-2004. На Євробаченні – 2007 відзначилась Верка Сердючка, посівши друге місце. Сьогодні прийнято називати Поп, Реп, Клаб та інші схожі музичні жанри молодіжними. Мовляв, це те, що слухає сучасна молодь [8, с. 105].

Питання розрізнення музики не однозначне. Звичайно, кожен підбирає на свій смак виконавця та композицію. Але всі ми різні і смаки в нас також відрізняються. Одну людину беруть за душу звуки синтезатору та пластівок, іншого – затяжний риф електрогітари.

Тепер спробую пояснити чому ж все ж таки Поп, Реп, Клаб те інші схожі музичні жанри вважаються молодіжними. По-перше, вони поширені серед молоді. Можна навіть сказати, що ця музика диктується нам

сучасністю. По-друге, Класика та Рок на тлі цієї так званої моди, на жаль, відійшли на другий план.

Я чітко впевнена, що на сьогоднішній день не існує людини, яка б не слухала музику. Ми зтикаємось із музикою щодня: по телевізору, в транспорті, на вулиці. Вона нас оточує всюди. Можна сказати, що «скільки людей, стільки і музичних смаків». Існує багато стилів, жанрів і напрямків музики. Найвідоміші з них, це: рок-н-рол, рок, поп, R&B, хіп-хоп, метал, панк, хаус, техно, dubstep, класична музика. Щодо класичної музики, то, на жаль вона займає далеко не перше місце серед сучасної молоді.

Музика може підняти комусь настрій, схвилювати або заспокоїти і розслабити. Музика також - і це важливо - дозволяє нам відчувати майже або, можливо, все емоції, які ми відчуваємо в нашому житті. Можливості безмежні. Це важлива частина життя, вона заповнює потребу або бажання створювати музику.

Якщо торкнутися питання в більш вузькому розумінні, то варто розглянути засоби, якими користуються композитори сьогодення, щоб створювати популярні пісні. Науковці, досліджуючи тему, яка стосується саме сучасності у музиці, виокремлюють три найбільших напрямки. Це поп, рок і реп. Всі вони виходять із більш ранніх жанрів і, своєю чергою, діляться на безліч стилів. Розглянемо їх більш докладно. Популярна музика охоплює велику кількість напрямів. Окремі з них навіть перетворилися у свого роду класику. Це диско, танцювальна музика з безліччю ефектів і ритму та транс-електронне звучання мелодій, що мають «космічний» підтекст. Дуже велику роль в популярній музиці відіграє не тільки стиль виконання, але і імідж, презентація, поєднання звукових і зорових ефектів. Тому в моду увійшли відеоінтерпретації пісень – кліпи та рекламні ролики.

Використання фольклору сучасними українськими музикантами стає дедалі виразнішим і популярнішим. Одним із перших почав використовувати народні мотиви у рок-музиці 1980-х років рок-гурт «Воплі Відоплясова»

(«ВВ»). Із опорою на фольклорне підґрунтя нову самобутню українську популярну музику створюють гурти «Скрябін», «Мандри», «Гайдамаки», а також Т. Чубай, М. Бурмака та багато інших виконавців. Про зростання інтересу до фольклору свідчать започатковані в Україні два фестивалі етнічної музики – «Країна мрій» і «Шешори» [38].

Розвивається також українська рок-музика. Серед найвідоміших її сучасних представників – гурти «Океан Ельзи», «ВВ», «Танок на майдані Конго», «Крихітка Цахес», «Скрябін», «Тартак», «Плач Сремії». Регулярно проводяться українські рок-фестивалі «Рок-екзистенція», «Тарас Бульба» та ін.

Фолк-метал (англ. Folk metal) – один із напрямів музики metal, що увібрав у себе елементи народної музики. Фолк-метал з'явився як результат впровадження елементів народної музики в звучання різних стилів metal. Всі ці пісні та виконавці стали початківцями в створенні популярної української музики. [27]

У 2009 році Михайло Хома за легкої руки Кузьми став зватися Дзідзьо. Тоді Скрябін дав дозвіл на використання вже відомої пісні «Старі фотографії», на яку Дзідзьо зробив нове аранжування, зняв кліп і влетів у музичний медіапростір України. Паралельно Дзідзьо записує декілька аудіо-розповідей про свиню Мейсона, яка за легендою є талісманом новоствореного гурту. Ці записи цитують школярі, слухають робітники на заводах, шофери у маршрутках і касири у продуктових магазинах. У соцмережі «ВК» Дзідзьо мав найбільший фан-клуб в Україні – 200 тисяч підписників. За два роки після старту, гурт знімає кліп «Сама сама», а 2013 року найпершим відіграє концерт на «Арена Львів». Простота і прямота текстів, яскравий образ, львівська говірка впливає на українського слухача досить наркотично, і майже кожна пісня DZIDZIO відразу стає хітом. Водночас колектив не соромиться їздити з концертами у маленькі міста, ба навіть у села [24, с. 243].

«Секс-символ української естради», «серцеїд українських вовчиць», «феномен сучасної української музики» Олег Винник до цього мав успішну кар'єру оперного співака у Німеччині. За останні роки Олег Винник став героєм сотні мемів і комедійних сценок, попри те, що збирає повні зали і стадіони. Ось і на цьогорічному Atlas Weekend звів у 100-тисячну зграю «вовчиць» зі всієї України. Українські культурні діячі ставляться до нього по-різному: хтось відкрито обливає брудом, хтось – жартує, а хтось намагається розібратися. Український письменник Андрій Любка в одній із своїх публікацій сказав, що якби у нас не було Олега Винника, то його треба було б вигадати. Адже краще у нас буде свій «національний герой», аніж його місце займатиме якийсь іноземець. Фактично Винник замінив в Україні Стаса Михайлова [29].

DZIDZIO повністю захопив увагу школярів і студентів, Олег Винник – жіночок під і за 40. А що ж слухають інші? Відповідь однозначна – українську музику: багатогранну, різножанрову, якісну. «Не за горами той час, коли саме українське буде задавати нові тренди європейської і світової музичної індустрії», – сказав нам Кость Фастівець [41]. А й справді – «ОНУКА», «ДахаБраха», «Panivalkova», «Один в каное», «Бумбокс», «Kozak System», «KAZKA», «THE HARDKISS». Цей список можна продовжувати на п'ять сторінок вперед. Обирайте і слухайте. В Україні минув час обмеженості й лімітованості музичного контенту.

Хоча українська популярна музика – це явище із глибоким культурним та історичним корінням, становлення національної музичної індустрії розпочалося лише в останні десятиліття ХХ ст. Фактично в 1990-ті роки розпочався тривалий і суперечливий процес перетворення української пострадянської «естради» на важливу галузь культурної індустрії. Досить широко представлено в Україні й мистецтво джазу. У різних містах країни проходять міжнародні фестивалі джазової музики, серед найвідоміших – «Jazz Bez» та «Jazz Koktebel» [30].

Це добірка гуртів, що врятували народну пісню від забуття, осучаснили та перенесли у XXI століття.

1. *TaRuta*

«ТаРута» – кийвський World Music гурт збирачів фольклору та музикантів. Вони вносять свій особистий стиль в фольклорний напрямок українського музичного життя. Гурт було створено у 2007 році. Декілька років музиканти працювали в стилі етнороку. Але згодом почали поєднувати українські народні пісні із джазом, фанком, диско, електронною музикою та панк-роком. Етномузикологи їздять по селах і збирають пісні 17–18 століття від літніх людей. Тоді вони відтворюють фольклорні пісні в різних стилях.

2. *The Doox*

Український гурт The Doox відроджує українську музику та культуру й популяризує її серед молоді. Гурт використовує два сольних голоси: жіночий і чоловічий, адже вважають, що це притаманно українській пісні. Музиканти поєднують традиційні українські інструменти, як сопілка, дримба, дудук, трембіта, дуда і т. ін. із гітарою, клавішними та ударними інструментами. Таке поєднання формує нову музику в стилі етнороку, що робить українську пісню більш сучасною для слухачів.

3. *Folknery*

«Фолькнери» – етногурт, який був заснований подружжям митців та мандрівників В. Муляром та Я. Квіткою. Назва гурту походить від прізвища американського письменника Вільяма Фолкнера, який нібито з'явився уві сні В. Муляру під час подорожі. Гурт використовує поєднання електронної музики з акустикою. Грають переважно на українських народних інструментах, поєднаних зі світовими інструментами. Гурт, навіть, використовує такі інструменти, як: колісна ліра та африканський джембе. За час існування музиканти обрали свій особливий стиль – поєднання

українського автентичного співу з елементами всіх стилів світової народної та попмузики.

4. *ONUKA*

«ONUKA» – електрофольк-гурт, який вийшов на українську естраду у 2013 році. Вокалісткою, автором текстів та головних ідей є Ната Жижченко. Сама Ната називає пісні гурту «симбіозом української електронної музики з українським етнокорінням». Саме за ініціативою Нати гурт було названо ONUKA – на знак поваги дідусю Нати – майстру українських інструментів. Окрім Нати до складу гурту увійшли Д. Серт, М. Сорокіна та Є. Йовенко [35].

5. *Go-A*

Гурт «Go-A» – представники України на пісенному конкурсі «Євробачення-2021». Гурт було засновано у 2012 році. З того часу склад гурту змінювався 14 разів. Музиканти пройшли нацвідбір у січні 2020 року із піснею «Соловей». Музиканти створюють електрофольклорну музику, поєднуючи електронну музику зі звуками сопілки, африканського барабана та австралійського диджериду. Назва ж «Go-A» означає повернення до джерел. «Go» – з англійської «йти» і грецька літера альфа, що означає першопричину всього світу.

6. *DakhaBrakha*

Гурт «ДахаБраха» створений у 2004 році не втрачає своєї популярності й досі. Музиканти створюють пісні в стилі «етнохаос», щоби підкреслити поєднання різних музичних стилів з автентичними етнічними елементами. Також для різних пісень використовуються різні музичні інструменти з усіх куточків світу.

Назва «ДахаБраха», за словами виконавців, – це слова, що в староукраїнській мові означали «брати» та «давати». Пісні гурту ДахаБраха неодноразово ставали саундтреками до багатьох українських фільмів, таких, як: «Земля» (2012), «Мавка. Лісова пісня» (2021), «Вулкан» (2019).

7. *Mavka*

«Mavka» – український гурт, що поєднує у своїх піснях етнічні мотиви з електронікою, ембієнтом та даунтемпо. Гурт був заснований актрисою Іриною Лазер та композитором Олексієм Мікрюковим. Назва «Mavka» походить від назви персонажів давньої української міфології – мавок [41].

Нижній голос виконавиці передає всю атмосферу пісень та надає їм певної таємничості. Гурт іноді використовує в піснях свою «русалчину» мову. Пісні гурту стали саундтреками до фільму «Казка за гроші» (2018).

Усі ці гурти відновлюють українську традицію щодо народних пісень. Тепер українські пісні звучать не лише на вустах літніх людей, а й повному звучать на українській естраді серед молоді. Етногурти стають гордістю нашої країни завдяки своїй любові до неї та її культури. Завдяки таким музикантам українська пісня буде переходити з покоління в покоління й кожного разу заново відроджуватись на устах українського народу. [41]

У молодості людина максимально працездатний, витримує найбільшу психічні та фізичні навантаження, найбільш здатний до оволодіння складними способами інтелектуальної діяльності. У молодості найлегше купуються всі необхідні вибрані професії, знання, вміння та навички, розвиваються необхідні спеціальні особистісні та функціональні якості (організаторські здібності, ініціативність, мужність і винахідливість, чіткість і акуратність і т. д.).

У сучасних умовах, завдяки розвитку музичної індустрії, орієнтації молоді в галузі музики формуються, головним чином, під впливом засобів масової комунікації і спілкування з одноліткам.

Засновники національної музичної премії YUNA створили унікальний проєкт «20 знакових пісень за 20 років», в рамках якого оцінювалися хіти українських виконавців з 2000 року. Найпопулярнішими піснями стали то композиції, які мали масштабний вплив на соціальну сферу, українську

сцену, в цілому, і на певні її жанри. Ці хіти є важливими сторінками сучасної музики в Україні 21 століття.

1. Скрябін та Ірина Білик – Мовчати, 2003.
2. Тартак та Катюа Chilly – Понад хмарами, 2003.
3. Ірина Білик – Сніг, 2003.
4. Софія Ротару – Одна калина, 2004.
5. Руслана – Дикі танці, 2004.
6. Океан Ельзи – Без бою, 2005.
7. Тіна Кароль – Вище хмар, 2005.
8. Олександр Пономарьов – Я люблю тільки тебе, 2006.
9. Бумбокс – Вахтерам, 2007.
10. SERDUCHKA – Danzing (Lasha Tumbai), 2007.
11. Потап и Настя – На районі, 2008.
12. Иван Дорн – Стыцамен, 2010.
13. LOBODA – 40 градусів, 2012.
14. The HARDKISS – Make-Up, 2012
15. Оля Полякова – Шлепки, 2013.
16. ONUKA – Misto, 2014.
17. Время и Стекло – Имя 505, 2015.
18. Джамала – 1944, 2016.
19. MONATIK – Кружит, 2016.
20. KAZKA – Плакала, 2018.

Топ був сформований за результатами оцінювання 10 експертів, які є оглядачами, продюсерами та іншими професіоналами з досвідом в музичній індустрії. Вони також входять до складу журі премії YUNA [45]. Хіти українських виконавців займають топові позиції світових чартів і набирають мільйони переглядів на YouTube.

У висновку можна сказати, що музичні переваги залежать від особистого культурного і духовного розвитку, а також вагомий вплив

роблять ЗМІ та інтернет. Молодь часто піддається принципам соціуму. Також формування музичного смаку сприяє більш глибоко і тонко оцінювати ту чи іншу музику. Вивчення думки підлітків про сучасну музику дозволяє зрозуміти, яка музика найбільше подобається нинішньої молоді. Під впливом сучасної популярної культури молодіжні пріоритети у сфері музики стрімко змінюються. За результатами зроблено висновок, що музика впливає на молодь навіть сильніше, ніж телебачення.

1.3. Актуальні тенденції розвитку сучасної української музики

У музики є одна індивідуальність: вона здатна поєднати і змусити випробувати одноманітні і дуже міцні враження великі людські маси. Причому це відноситься як до пісень, маршів, танців, наприклад до симфоній і опер – також.

Музика потужних вражень і переживань зараз на других ролях. Ще одна музична індивідуальність, як наслідок такого, власне чому так багато музичних композицій та напрямків. Різні громадські групи суспільства люблять прослуховувати «свою» музику: є музика тінейджерів, молоді, шанувальників «попси», джазу, освічених меломанів, музика 40-річних мам, грізних пап і т. д. Загалом – це непогано. Неабиякий учений, музичний академік Борис Асаф'єв (СРСР) висловився, власне що музика відображає враження, настрої і тип життя переважають в суспільстві.

Ну, а тому що настроїв – велика кількість, як в окремо взятій країні, наприклад і в великому музичному місці, то, власне що іменується – «очі розбігаються, вушка – в'януть!» Щоб взяти в толк, які враження пропонують слухачеві протягнути творці що або ж іншої музики, а то так як і «шлунок для себе засмутити можна!» І якийсь тут згоду і єдність, коли будь-який меломан зі своїм прапором і власними музичними смаками [27].

Естрада – це одна з головних індустрій, яку потрібно розвивати в Україні. У Європі культурна економіка сьогодні входить в топ три за перспективністю і затребуваністю. Завдяки «консервації» ринку, в останні

кілька років креативна і культурна сфери нашої країни отримали можливість для «буму», але рости і розвиватися є куди.

2020 рік став відкриттям для багатьох нових музикантів. Естрада стає більш різноманітною, а можливостей все більше. Зараз неминуча в умовах капіталістичного суспільства демасовізація ЗМІ призводить до подальшого розвитку спрямованої на певну тематику преси, яка залучає рекламодавців виразно окресленої цільовою аудиторією. Спеціальний друк про музику змінюється згідно вимогам до конкурентних видань нашого часу. Музичним ЗМІ як повітря потрібні рекламні агентства, які «пакетом» продають їх великим брендам як точку доступу до прогресивної молоді. Адже саме ці бренди, активно представлені на українському ринку. Adidas, Ableton Live, Native Instruments, Red Bull, Jagermeister, Heineken, Tuborg, інвестують мільйони доларів в музичну індустрію в усьому світі, але поки не бачать перспектив своїх культурних програм в Україні.

Доти, поки всі ці чудеса не трапляться, українські артисти, орієнтовані на локальний ринок, будуть рости дуже повільно. Їх конкурентна слабкість – сигнал для тих, хто, здавалося б, давно канув в лету.

Безсумнівно, музична індустрія всіляко намагається дотримуватися власної самобутності і незалежності, але з появою Інтернету і його постійним розвитком, боротися з цим явищем з кожним роком складніше.

Незважаючи на шалену антиукраїнську пропаганду в російських ЗМІ, українські виконавці мають феноменальний успіх в сусідній країні. Критики кажуть, що наші виконавці стають законодавцями трендів і на російській попсцені, і цей вплив тільки збільшується. В Україні склався самостійний, конкурентоспроможний ринок і складна система шоу-бізнесу. Побудували відмінну концертну систему і якісні національні мас-медіа. Є й піар у вигляді численних якісних музичних і розважальних телепередач, і державна музика у багатьох формах, від класичної західної до африканського реггі, від електроніки до акустичної гітари, як складова культури, виражає емоції,

цінності та навіть ідеї. Пісні служать інструментом єднання груп людей, а іноді спонукають їх до спільних дій або допомагають виразити спільні емоції. Деякі пісні стають своєрідними гімнами для поколінь, виражають розповсюджені настрої та цінності; допомагають визначити індивідуальність та солідарність групи [31].

Наприклад українська співачка Джамала просто змусила українців, що ще не любили джаз, закохатись у нього. Її кримсько-татарські та вірменські корені вплинули на її стиль, в якому вона часто змішує сучасну альтернативу та електроніку з фольком та джазом. У поєднанні з її сопрано, пісні Джамали звучать не схоже ні на що, та точно передають ідею пісні. Дякуючи її перемозі на Євробаченні, джаз став більш ваговою частиною сучасної української музики, а сама Джамала стала символом боротьби Кримських татар за їх права. Її пісня «1944» розповіла історію її власної прабабусі, чие життя після того жорстокого року змінилось назавжди [33].

Серед достатньо відомих артистів сьогодні можна назвати також гурт «ОНУКА», яку називають «сопілкою» української електронної музики. Сама сопілка разом з омнікордом часто є найбільш виразними інструментами у їх піснях. Гурт створили три роки тому і став популярним завдяки електронному звучанні, яке поєднане з українськими фольк-інструментами. Часто вони у своїй творчості відображають актуальні події в Україні, а їх останній альбом «Відлік» став присвяченим Чорнобильській катастрофі. Еволюція музичної промисловості являє собою не просто детермінований процес, що допускає кореляцію неупереджених, історико-культурних, громадських і саме художніх моментів. Одні з найвідоміших українських виконавців за кордоном є дуо «5'nizza». Харківський дует став відомим завдяки своєму мінімалістичному звучанню. У своїй музиці вони поєднали реггі, фанк, ска та гітару. Іноді для пісень вони брали вірші сучасних українських поетів (наприклад, Сергія Жадана). У своєму другому альбомі «О-5» вони присвятили пісню «Немає куль» Помаранчевій революції на

Україні. Багато з їх пісень також були присвячені проблемам у країні, так пісня «It's over now» виражала жорстку десоціалізацію суспільства. До свого розпаду у 2007 році 5'nizza стали надзвичайно популярними в Україні, Росії та Польщі, а також успішно провели тур у Сполучених Штатах. І звичайно, говорячи про українську музику неможливо не згадати про Океан Ельзи, яких називають українськими Beatles, кажучи про їх шалену популярність. Вони справді найбільш відомий український гурт і у нас, і закордоном. Їх останній концерт зібрав понад 70 000 людей у Києві, що зробило його найбільшим в історії нашої країни. Гурт виник у 1994 році у Львові, та випустив вже 9 альбомів, продавши більше 1 000 000 дисків. Вони відомі своєю неповторною альтернативою на інді-поп музикою не лише на батьківщині, а й у Європі, Канаді та Сполучених Штатах, де вони іноді проводять свої тури, а у 2012 році у Великобританії вони відіграли концерт присвячений закриттю Олімпійських ігор. Тексти їх пісень чутко відображають настрої нації, а на живих виступах вони часто присвячують пісні подіям та людям, що чіпляють та надихають їх. Так, нещодавно, на одному з концертів під час туру Європою, Вакарчук присвятив пісню загиблому солдату [47].

Мистецтво і музика - основні функції людини. Людство і мистецтво не можуть існувати одне без одного. У нас є палке бажання творити, яким би воно не було, яким би крихітним або грандіозним. Взаємодія зі звуком неминуче, будь то для його створення або отримання від нього задоволення. Люди завжди вважали музику в своєму житті, будь то задоволення від прослуховування, емоційний відгук, виконання або творчість. Це нічим не відрізняється від класичної музики або сучасної концертної музики. Обидві музики мають величезну цінність для нашого суспільства; однак проблема, яку ми всі знаємо в цій області, полягає в тому, що ця музика маловідома і, отже, недооцінена. Як музикант і

художник я зобов'язаний навчити інших отримувати задоволення від мистецтва, до якого я відчуваю величезну пристрасть.

Маючи враження, яке концертна музика виробляє на суспільство, більшість вирішує, що вона не «для них», просто тому, що вони вважають, що вона не має відношення або цінності для їх життя. Це ще більше ускладнюється відсутністю інтересу минулого уряду до просування і підтримки мистецтва, будь то фінансування художніх організацій або художньої освіти.

Було проведено безліч досліджень, які намагаються з'ясувати, як музика впливає на людський розум. Наприклад, чому різним людям подобається різна музика, які частини мозку активовані і чи впливають на ці частини більш-менш різні види музики і т. Д.

Деякі з цих питань залишилися без відповіді і можуть залишатися такими на якийсь час. Однак одне можна сказати напевно: музика дійсно впливає на наше повсякденне життя.

Музика впливає на наші емоції. Коли ми слухаємо сумні пісні, ми часто відчуваємо занепад настрою. Коли ми слухаємо веселі пісні, ми відчуваємо себе щасливішими. Бадьорі пісні з енергійними рифами і динамічними ритмами (наприклад, ті, які ми чуємо на спортивних заходах), як правило, викликають у нас збудження і хвилювання.

Здається, що насправді немає золотої середини. Або люди мало слухають музику, або слухають її весь час. Музика займає різні точки зору в житті різних людей, і для однієї людини вона має більше чи менше значення, ніж для іншого.

Більшість людей слухають музику як в машині, так і вдома; близько 90 відсотків усіх досліджуваних по кожному. Близько 71 відсотка людей тут, в школі, також слухають в своїх класах. І коридор, і їдальня отримують значно менше; близько 37 відсотків і 25 відсотків.

На щастя, музика не випадає зі спільного технологієського стека. Вона в пулі інших цифрових відпочинку, не всі швидше в ролі commodity. Amazon і Apple, зокрема, бажають бути фабриками по виробництву всякого контенту на кожних пристроях [47].

Музика буде тільки одним з компонентів. Наприклад, iPhone 12 Premium Edition має можливість (це тільки прогноз) поставлятися з «Музикою», TV +, іграми, новинами і багатьом іншим. Бандлінг стане одним із трендів. Часом не тільки лише у гігантів, а й у всіх, хто має можливість для себе це дозволити.

Інші гіганти також не відстають. У всякого власні видатні якості. «Гугл» спирається на «YouTube». І при цьому влізає в тому числі і в нішу живих виступів. Абсолютно не так давно фірма припустила аналітичну платформу DEMAND для планування музичних концертів та концертних турів. Поглиблення в експериментальне звучання або ж кардинальна заміна напрямки. Судячи з що, які актори в даний момент набирають популярність, жанри продовжують активно змішуватися, народжуючи привабливі поєднання. Припустімо вишуканий саунд соул-попа, а ще яскраві мікси інді-джазу і репу. [42]

Celeste є практично в будь-якому переліку «потрібно вислухати в 2020-му». Практично днями була помічена новина, власне що соул-співачка з Лос-Анджелеса здолала в голосуванні BBC Sound of 2020 року, очоливши список музичних надій року. А в грудні 2019 го вона отримала Brit Rising Star Award, тобто почесне звання Висхідною зоряне небо Британії.

Селеста Уейт початку строчити музику і грати ще дитиною. З роки тому артистка випустила дебютний EP Milk & Honey. У 2018-му за сприяння Майкла Ківанука її поставив свій підпис в лейбл Polydor Records. Артист був вражений оригінальним тембром і стилем виконання дівичі, тим, як соковито вона не дає джазові мотиви з R'n'B і соул. У березні минулого року на лейблі вийшов її свіжий міні-альбом Lately. [42]

Український інді-поп виконавець Діма Москаль сказав про себе в кінці 2019 рік синглом Координати. Абсолютний романтики і кохання реліз яскраво контрастує з належною роботою – піснею «Більше води». Змішування стилів – завдаток фурору. Об'єднавши фолк з хіп-хопом, приправивши все це гостросоціальними темами фінансового рабства і епохи фейків, вийшов яскравий і незабутній мікс «Більше води» [5].

Артисти, які підкорюють гігантські зали, постараються влаштувати це як можливо привабливіше. Вражає їх зухвалість і вміння жертвувати засобами – майже все роблять це, залишаючись в результаті в економічному мінусі в тому числі і при аншлагу. За останні 2 роки Джамала, «Время и Стекло», Тіна Кароль, LOBODA, MONATIK, Оля Полякова, Макс Барських (двічі), The Hardkiss, «Океан Ельзи» і ще кілька виконавців постаралися розвернутися ширше. У будь-якому з їх шоу є власне що обговорювати, але більш значуща інше: спасибі завзяттю артистів стрибнути вище голови, в Україні збільшується ступінь відеографіки, світлових висновків, хореографії та фантазій стилістів [27].

ОНУКА знімалася в маркетинговому бестселері. KAZKA каталася в турі зі спонсором. MONATIK в честь різдвяних прадніков заспівав українською по побажанні транснаціональної компанії. Пісні Brunettes Shoot Blondes і 5Vymir звучали в роликах на центральному ТБ. У The Hardkiss перед шоу був весь парад локацій бізнес-партнерів. Іван Дорн влаштував кілька кліпів в колабораціях з гігантськими компаніями. Це тільки те, власне що на площині. І з кожним роком точок дотику все більше. А значить, і ймовірностей у артистів.

LOBODA читає хіп-хоп в SuperSTAR. Макс Барських ловить свіжі для себе ритми в «Зроби голосніше». «Время и Стекло» відпускають «Пісню на тему особа» з анімаційним lyric video і без звичайного смачного приспіву – і нариваються в YouTube на хвилю дізлайков.

Ще раніше Тіна Кароль випускає альбом «Інтонації», середина інді-поп-пісень з якого насторожено приймаються її слухачами – власними очима бачив на виступі [31].

На Заході спаровування виконавців з різних музичних розділів – звичайна практика зі років дуетів Aerosmith / Run-D.M.C. і Меркьюрі / Кабальє. У нас це лише тільки починає набувати форму незмінною практики. У 2018-му репери Wavy Dem, Very The Jerry і Курган заспівали. Відповідно до цього з INDT, Mamanet і Small Depo. Здивував MONATIK, який відшукав контакт із Ніною Матвієнко. Апофеозом став лайв в програмці «Придатний рік» Дорна, де Надя Дорофєєва, Позитив, Жєня Галич на барабанах і Стас Корольов з YUKO на клавішних видали цю версію пісні «Е, бой», власне що народ в коментарях на YouTube настійно попросили її записати. Ці коллаби – дифузія, яка збагачує всіх. Полювання свіжих незвичайних міксів в 2019-м.

Не дивно, що більшість людей (69 відсотків) слухають поп-музику. Поп буквально означає популярний. 55,2 відсотка всіх людей, які відвідують VLHS, слухають рок і реп. Також не дивно чути, що 46,6% людей слухають альтернативну і інді-музику. Більше половини наших студентів слухають кантрі - 52,3%.

Деякі жанри, які не ввійшли в чарти в повну силу, - це фанк, джаз, класика, панк, дабстеп і метал. Жоден з них, за винятком класичного (28,7%), не перетнув кордон 25%.

Десантний підрозділ з України, який час від часу висаджується на західних сценах, з кожним роком збільшується. Етно-метал MOTANKA і інді-поп adm: t приніс групам тріумф на змаганнях в Німеччині. KAZKA пройшлася по iTunes-чартам кількох держав. Раніше вже витратили Європу JLNJER пробрили стелю і вийшли на концертний базар США [46].

Висновки до розділу 1

У першому розділі ми виокремили такі важливі теми, як розвиток та становлення української музики та окремо поп музики.

Сучасна українська музика досить розвинута, має багато жанрів, а також зароджуються нові віхи. Тому досить важливо виокремити для себе індивідуальний жанр, в яому ви можете знайти себе. Наші зірки розвивають не одну, а дуже багато сторін багатогранної мистецької діяльності. Та ми не стоїмо на місці, зажди в русі, що є невідомною частиною для вирішення проблеми розвитку сучасної популярної музики.

РОЗДІЛ 2.

ПЛАТФОРМИ ТА СПОСОБИ ДЛЯ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ МУЗИЧНИХ ТРЕНДІВ

Музичні групи не рекламують в перервах між улюбленими серіалами по телебаченню; банери з обкладинкою альбому, що висять на стендах по місту, теж навряд чи стануть ефективним способом заявити про себе. Проте, музична індустрія має ряд не менш дієвих методів по просуванню вашого матеріалу. Важливо розуміти, що на відміну від будь-якого іншого продукту, розповсюдження музичного альбому спочатку розраховано на охоплення слухача відразу в декількох сферах, будь то музика, відеоряд, зображення або що-небудь ще. Особливістю цієї індустрії є те, що для артиста тут прийнятні будь-які форми самовираження і відкритий доступ до аудиторії

будь-якого рівня, що в значній мірі розширює можливості менеджменту. Музикант початківець повинен виробити певну стратегію, розробити план з просування своєї музики, розвитку групи або розкрутки власного бренду. Йому потрібно навчитися «продавати» себе і свою творчість.

Основна маса людей з більшою ймовірністю послухають артиста, на тему якого вони вже що-небудь розуміють, в наслідок цього треба збільшувати власну впізнаваність в онлайні.

Коли справа доходить до розкрутки музики в мережі, є досить велика чисельність всіляких медіа-каналів, сіток, форумів, платформ, додатків і спільнот для артистів, які рекомендовано застосувати в сукупності для досягнення найкращого результату.

Немає сенсу гнатися за асортиментом і тримати в наявності величезна кількість плагінів, якими навряд чи доведеться скористатися. Потрібно вміти отримувати максимум від того, що вже є. Іншими словами, краще досконально вивчити ті плагіни, які йдуть в комплекті з DAW і вміти застосовувати їх в різних ситуаціях, ніж постійно поверхнево використовувати різні продукти [4, с. 57].

Займатися музикою вдома на своєму комп'ютері – досить особистий процес, в якому всі завдання лежать на тобі. Але не варто замикатися на собі улюбленому. Обмінюйся проектами через інтернет. Займатися музикою з іншими людьми не просто весело, це ще й корисно. Адже ніколи точно не знаєш, до яких результатів приведуть ваші спільні дії.

Найприємніше в створенні музики в домашніх умовах, що не потрібно бути віртуозним музикантом. Але вміння грати на музичному інструменті може розширити можливості в галузі продюсування записів [8, с. 63].

Якщо ви вмієте грати на музичному інструменті, то це, звичайно, тільки в плюс буде. До того ж, повністю складені композиції можна грати з друзями. Ніколи не забувай через що, насправді, ти почав займатися музикою. Ніякі інші поради початківцям музикантам не будуть настільки

дієві, як цей. Хто б що не говорив, в першу чергу ти робиш це для себе, для власного задоволення. Кинь в людини камінь, який говорить, що почав займатися музикою виключно заради заробітку.

Секрет в тому, що якщо тобі пощастить і твій матеріал стане цікавий широкому колу людей, то заробити на своєму хобі стане простіше. Не можна ставитися до музики, як до роботи. Сам процес створення свого продукту повинен приносити тільки велике задоволення, а не внутрішні переживання та змушування себе це робити. Якщо це не так, то потрібно розібратися в ситуації і зрозуміти, в чому проблема.

Отже, перш ніж намагатися пробувати щось недосяжне, необхідно зупинитися і сконцентруватися на тому, з чого можна зробити щось особливе й ідентифіковане саме до вас.

Соціальні мережі – це дуже добре, але основна маса з них присутні в оренді, а не в вашому володінні. Наприклад, в разі якщо Twitter в один момент закінчить своє життя, всі ваші підписники згинуть разом з ним.

Із цієї невігядливий основи ви зобов'язані почати працювати з медіа-каналами, які можете назвати особистими. Переконайтеся, власне що це буде ґрунтом для ваших слухачів, де вони зуміють відшукувати найостаннішу інформацію.

Веб сайт

Цей пункт повинен займати чільну позицію в вашому списку. Офіційний веб-сайт – це місце, де ваші фанати будуть завжди знати, де вас можна знайти, незалежно від тих чи інших соціальних мереж [48].

Розсилка новин

Електронна пошта – це кращий спосіб зв'язатися з вашими слухачами, коли це необхідно, на відміну від соціальних мереж, які:

- 1) використовують алгоритм для визначення контенту, який буде отримувати користувач;

2) вимагають від слухача безпосереднього знаходження на майданчику соціальної мережі в момент, коли ви розмістите у себе пост, тоді як електронна пошта гарантує, що ваш лист успішно осяде в ящику у одержувача. Регулярна місячна розсилка дозволить тримати фанатів в курсі останніх новин, пов'язаних з вами або вашою групою.

Блог

Блог – справді чудовий метод дозволити вашому слухачеві заглянути в ваш світ. Щоденники на тему звукозаписів, які пройшли або ж прийдешніх концертів, слова пісень, огляди релізів, в тому числі і елементарно особистісні записи про те, власне що доставляє для вас відрада або ж смуток. Для фанатів, які відчують увагу до спілкування з вами, або ж прагнуть визнати більш про вашому креативному процесі, блог це чудова основа для цього.

Прес-підбірка в електронній формі

На відміну від пунктів вище, заснованих саме на фанатській аудиторії, буде здорово відзначити свою онлайн-присутність в музичній промисловості. Прес-підбірка це практично резюме плану, що містить останню на цей момент біографію, розклад концертів і контактну інформацію. Це дієвий метод для організації букінга, поширення демо-записів або ж для простого спілкування зі співаками.

Нарешті, приходить час для становлення вашої фанатської бази і формування суспільства. Належні майданчики швидше за все і наприклад для вас популярні, і вони далеко не єдині для досягнення такого сімейства цілей.

Facebook

Нарешті в тому числі, власне що це одна з найбільших соціальних мереж в світі, і її нерідко приймають за стереотип такого простору, де прийнято бути зареєстрованим. Втім, метод Facebook визначає який контент виявляти слухачам, що найбільш негативно впливаючи на ефективність

наданої майданчики (середня кількість переглядів поста на вашій сторінці оформляє 5-10% від всієї вашої фанатської бази). Природно, ви зможете виплачувати кошти за розміщення постів із залученням більше широкої аудиторії, але майте на зовнішності, власне що ви обираєте платформу, де маєте намір проводити більш всього часу [48].

Twitter

Практично такий самий «дідок», як і Facebook, але все ще намагається привнести щось нове в поняття соціальних мереж. Twitter – це чудовий метод розташовувати сетлісти, думи і просторікування на трендові теми, обговорювані в світі, шляхом хештег, питання-відповідь сесій з фанатами і т.д.

Instagram

Є власністю Facebook, Instagram – це чудовий метод додати гостроти вашому контенту на Facebook або ж Twitter з підтримкою відеороликів і фотографій, поміщаючи їх негайно на всіх трьох майданчиках. Ще у творців Instagram є і інші додатки, такі як Boomerang, Layout і Hyperlapse, які дають можливість додавати особистий і неповторний спектр вашим щоденним фото або ж відео. Ще непоганим висновком вважається обслуговування Stories, який можливо застосувати для розміщення прохідного контенту, яким не охота засмічувати провідну стрічку. Наприклад, туди можливо скидати відео зі студії, де ви працюєте над треком або ж рутинною, і благи надсилати коменти в личку. Проведення лайв-трансляцій крізь Instsagram ще вважається досить відомим інвентарем у артистів – можливо, виявляти власні репетиції або ж відповідати на запитання слухачів [48].

Snapchat

Snapchat – це відносно нова соціальна мережа, але на сьогоднішній день вже стала великим обслуговуванням, заснованим на «сторітеллінге» шляхом коротких, обмежених за часом життя фото або ж відеороликів. Він дуже швидко завойовує увагу користувачів, власне що призвело до

величезної кількості оригінальних ймовірностей в сфері маркетингу. Якраз у сніпчата інстаграм краде найкращі ідеї останнім часом. Snapchat між західною молоді в даний момент є популярнішим інших соцмереж, і в разі якщо ви бажаєте набирати фанбазу за етапом, в обов'язковому порядку зверніть увагу на цю мережу [48].

Із іншого боку, є майданчики, в яких не буде потрібно інтенсивної ролі. Вони можуть працювати для просування вашої музики, відео, новин, розкладу концертів, для такого щоб бути на увазі у ваших слухачів, а ще для залучення свіжих фанатів, власне що нерідко вважається основоположним завданням.

Онлайн-радіо

Онлайн-радіостанції дарують слухачам можливість слухати вас поряд з їх звичним життям і повсякденною музикою. Також можна обзавестися новими шанувальниками. Знайдіть сайти станцій, на яких грають мікси і треки в вашому жанрі, і якщо там немає очевидного способу додати свою музику в ротацию, пошліть на ящик в розділі контактів готові демо-записи.

Потокове аудіо

Із поступовим скороченням альбомних продажів, розміщуючи власну музику на сервісах, таких як Yandex.Музыка, Zvooq, Apple Music, Spotify, Tidal і подібних, артист – початківець гарантує для себе і своїх прихильників, власне що вони зуміють послухати вашу творчість в інтернеті в будь-який час, коли захочуть. З цього ви будете отримувати авторські гонорари, але, як правило, справжні гроші отримують з концертів, реалізації Мерч-товарів, ліцензування музики і т.д. [48].

Youtube

Торкаючись такого обслуговування, як Youtube, хотілося б сказати, власне що це блискучий метод поширити не тільки відео, але і музику. Це другий по популярності пошуковик і стрім-сервіс № 1 в мережі. Тим більше,

в разі якщо для будь-якого треку ви будете створювати в тому числі і невігадливий зоровий ряд, це в разі збільшить шанси на тріумф. Ця платформа ще дозволяє монетизувати контент за підтримки показів реклами.

Онлайн-щоденники, або блог

Мова не про особистий блог про життя, а про творчість. Музичні огляди, інтерв'ю та гостьові онлайн-щоденники – це досить гарний метод знайти свіжих любителів. Зверніть увагу на блоги, що зачіпають подібних артистів (в ідеалі цих, з якими ви перебуваєте на одному рівні. Щоразу необхідно створювати цікавий та актуальний контент та кидати все по порядку навпаки погано.

Bandsintown

Bandsintown – це найбільший майданчик для розшуку виступів і концертів, що дозволяє слухачам бути в курсі розкладів концерт-турів свого улюбленця. Застосовуючи додаток Bandsintown Manager можна розташовувати концертний розклад на сторінці Facebook, на веб-сайті або ж інших соціальних мережах [48].

Soundcloud

Soundcloud пропонує користувачам найпростіший спосіб ділитися аудіопотоками і розміщувати їх на більшості відомих майданчиків через вбудовані плеєри. На його базі існує величезне співтовариство рядових користувачів і кураторів, що дозволяє залучити вашого проекту нову аудиторію.

Amazon управляє дистрибуцією на останній милі крізь Alexa. Facebook тримає під контролем основні платформи для роботи з шанувальниками – Facebook і Instagram. Робота з аудиторією – симпатична ніша. Від

промисловості є запит на більше активну CRM по роботі з фан-базою – більш ніж запрошує Facebook [48].

Сайти, портали на які можна завантажити музику:

1. LastFM

Соціальна мережа Last.fm буде цікава насамперед меломанам. За допомогою спеціальної програми-скроблер, last.fm фіксує кожен прослуханий трек і додає його в статистику вашого облікового запису. На своїй веб-сторінці ви можете переглянути кількість прослуханих композицій, рейтинг популярності серед всіх ваших пісень і виконавців. На основі статистики, Last.fm рекомендує вам музику. Відповідно: чим більше статистики, тим точніше рекомендації. Додаток для ПК так само дозволяє прослуховувати онлайн радіо, засноване на ваших музичних уподобаннях чи смаки будь-якого обраного користувача. У безкоштовної версії є 30 прослуховувань в день. Можна додавати інших користувачів у друзі й дивитися свою «музичну сумісність» з ними.

2. MixCloud

Mixcloud – хмарний сервіс для зберігання і відтворення за запитом музичних шоу, подкастів і діджейським міксів. У сервісі представлені трансляції двох категорій: музичні (класика, джаз, техно і т.д.) і розмовні (бізнес, гумор, культура, освіта, новини, політика, спорт і технологія) [44].

3. Spotify

Spotify – гігантський (по аудиторії і кількості контенту) і відносно старий сервіс потокової музики, який співпрацює з такими ж гігантськими музичними лейблами, з багатомільйонною аудиторією, з можливістю платного і безкоштовного доступу. В Україні офіційно не присутня, але фанати навчилися обходити всі ці складності з IP. Як і у разі з Google Play Music, дозволяє прослуховувати музику як з комп'ютера, так і з «хмари», і з власних запасів. Втім, якщо вже в Україні з'явилися такі гіганти сервісів, як

Google і Apple, можливо, складності Spotify буде простіше обійти через зміну музичного джерела [48].

4. *SoundHost*

SoundHost – це онлайн-платформа (мобільна і веб), яка дозволяє слухати улюблену музику онлайн, стежити за творчістю артистів і за музичними подіями.

Основні характеристики:

- можливість підписуватися на виконавців
- слухати музику, обговорювати і оцінювати треки
- бути в курсі діяльності артистів
- бути в курсі значущих музичних подій
- зручна і легка вставка музики з SoundHost на будь-який інший сайт [48].

Користувач, який створив обліковий запис, має можливість завантажувати музику, створювати плейлисти, спілкуватися з іншими учасниками в чаті, підписатися на їх новини, відправляти особисті повідомлення. Можна встановити налаштування приватності для профілю, а також зробити його індивідуальним, додавши обкладинку і аватар, створювати плейлисти і багато іншого.

Багато можливостей – швидке завантаження треків, стрибка, зручне прослуховування треків, Український, англійська й російська мови, можливість коментувати та схвалювати треки і багато чого іншого.

Музичний аудіо хостинг SoundHost

5. *SoundCloud*

Спочатку сервіс SoundCloud запускався в якості онлайн-платформи для незалежних музикантів, де вони могли б опублікувати свої твори, обмінятися досвідом з колегами та поспілкуватися з шанувальниками.

Для цього кожному зареєстрованому користувачеві надається можливість завантажити до трьох годин власної музики з можливістю збільшення цього значення при покупці платного аккаунта [44].

Завдяки зусиллям творців, один із яких – професійний звукорежисер, а другий – музикант, SoundCloud від самого початку поставив досить високу планку якості і зміг уникнути перетворення в звичайну музичну смітницю, забиту низькоякісним і піратським контентом. Навколо сервісу утворилося цікаве співтовариство незалежних музикантів, а його каталог швидко наповнився унікальним контентом. Тому не дивно, що всього через кілька років після старту SoundCloud бадьоро відрепортував про десять мільйонів передплатників. Зараз послугами цього сервісу щомісяця користуються більше 175 мільйонів слухачів [44].

Якщо раніше завантажити музику можна було тільки через такі платні сервіси, як Tunecore, CD Baby і DistroKid, то зараз можна скористатися одним із безкоштовних дистриб'юторів: Freshtunes, ONErpm, United Artist, Soundrop, Amuse і AWAL.

Розшукуючи інформацію про платформи для поширення музики ми зіткнулись із неоднозначністю відповідей та порад. У наш час дуже багато варіантів як це зробити та нам здається, що це є дуже корисним, аби розвивати музичну культуру в нашій країні. Хоча сайти іноземні, але наші артисти початківці користуються ними.

Якщо ще пару років тому були проблеми з тим, щоб вийти на ринок зі своїм продуктом потрібно було обійти тисячу кругів продюсерів та відмов. Але ми рухаємось у напрямку розвитку та можливостей.

Freshtunes

Плюси:

Абсолютно безкоштовний: Freshtunes не бере комісію з вашого доходу.

Є російськомовний інтерфейс.

Працює зі стрімінговими платформами.

Можна завантажувати релізи декількох груп.

Наочність інтерфейсу: можна легко і швидко зрозуміти, в якому статусі знаходиться ваш реліз, і що потрібно виправити, якщо є якісь претензії у модераторів.

Легко видалити викладений раніше реліз: це можна здійснити прямо через інтерфейс сайту, і саме видалення відбувається досить швидко.

Мінуси:

Модерація – одна з головних проблем сервісу. Модератори вкрай прискіпливі: проблемою можуть стати цифри на початку назви треку, заголовні букви в назвах російських пісень (навіть якщо це імена власні), назви релізів (наприклад, реліз не можна назвати demo або демо) [48].

Окремий квест – затвердити обкладинку: не можна завантажити зображення, якщо на ньому немає назви групи і релізу, не можна завантажити обкладинку, якщо ви для неї використовували недостатньо якісну фотографію, і так далі. Якщо щось в релізі було зазначено як помилка, але ви вважаєте, що це не так, доведеться писати на підтримку, і тут ми переходимо до наступної проблеми. [48].

Підтримка працює дуже повільно. З огляду на те, що іноді від оперативності саппорта буде залежати те, коли ваш реліз відправиться на стрімінга, це треба мати на увазі.

Необхідно надіслати скани своїх документів і підтвердити авторство (договором з авторським суспільством або скринами з аудіоредактора з кодами).

Кульгає інтерфейс завантаження: то, що потрібно вручну вказувати мову текстів і авторів для кожного треку дуже сильно дратує. Вивести кошти можна тільки в сумах, кратних \$ 25. Гроші йдуть довго (на моїй практиці близько місяця).

ONErpm

Плюси:

У порівнянні з Freshtunes максимально лояльна модерація. Проходить все те, що ні за що не пройшло б там. Навіть вимоги до розв'язання обкладинки тут мінімальні: підійде JPG розмірі 1400 на 1400, в той час на Freshtunes знадобиться мінімум 3100 на 3100.

Є російськомовний інтерфейс.

Відповідає швидше, ніж на Freshtunes, охоче вирішує всі питання з платформами: заливає вашу фотку, розбирається з однойменними виконавцями і так далі [44].

Можна вантажити відео на Apple Music і Tidal.

Зручний інтерфейс завантаження музики. Мова альбому забивається один раз, автора не треба кожен раз вписувати вручну – вказується один раз на початку створення релізу, далі вибирається зі списку.

Можна завантажувати релізи декількох груп.

Мінуси:

Інтерфейс управління альбомами незручний: незрозуміло, пройшов той чи інший реліз модерацію чи ні. У разі помилки вам прийде лист, з зазначенням того, що потрібно виправити, але на сайті це ніяк не відображається.

Видалити релізів в ЗМІ відправивши лист в саппорт, видалення займає до 90 днів.

Беруть 15% комісії з вашого доходу.

UnitedMasters

Плюси:

Стильний і наочний інтерфейс.

Просунута статистика: крім моніторингу прослуховувань дозволяють підключити соцмережі і стежити за зростанням аудиторії.

Беруть 10% комісії з вашого доходу. Це на 5% менше, ніж у Awal, Soundrop і ONErpm.

Мінуси:

Ні відкритої реєстрації. Потрібно пройти премодерацію, втім, обидві мої заявки схвалили без проблем.

Гроші можна вивести лише починаючи від 100 \$.

З одного аккаунта можна завантажувати релізи тільки однієї групи.

Прискіплива модерація. Ніякої творчої свободи.

Amuse

Amuse живуть в майбутньому, і вантажити музику у них можна тільки через мобільний додаток. Не став відносити це ні до плюсів ні до мінусів, так як додаток досить зручне, але сам підхід дивний.

Плюси:

Немає комісії. Весь дохід йде вам.

Детальна і крута статистика.

Гроші можна виводити починаючи з 10 \$.

Мінуси:

З одного аккаунта можна завантажувати реліз тільки однієї групи.

Місцеві модератори – єдині, хто причепився до розтягнутої до потрібного дозволу обкладинці.

Soundrop

Плюси:

За приблизно \$ 10 самі оформляють ліцензії на кавер. Решта перераховані мною сервіси цим не займаються.

Зручний процес розподілу прибутку для колабораторов.

Мінуси:

Вкрай примітивний і незручний інтерфейс.

15% комісії. Гроші можна вивести починаючи з 20 \$.

AWAL

На AWAL теж можна потрапити тільки після попередньої модерації. У цього сервісу зручний додаток для відстеження статистики.

Із *мінусів* – ніхто не гарантує, що ви потрапите в ці плейлисти, сервіс бере все ті ж 15% комісії, а вивести їх можна тільки починаючи з \$ 45. З розвитком інтернету кожен виконавець отримав можливість самостійно заробляти на своїй творчості, не вдаючись до послуг менеджерів або лейблів. Далі в статті ми розглянемо 7 основних сервісів для музикантів, за допомогою яких можна просувати свою творчість і отримувати від цього прибуток.

Bandcamp

Даний музичний ресурс націлений відразу на три категорії користувачів: звичайних слухачів, виконавців і лейбли. Першим надається великий вибір музики різних жанрів, зручний і зрозумілий інтерфейс, а також простий спосіб покупки улюблених треків і альбомів з подальшим їх скачуванням в будь-якому з декількох форматів: MP3 V0, MP3 320, FLAC, AAC, Ogg Vorbis, ALAC, WAV або AIFF [44].

Музиканти ж можуть не тільки викладати на Bandcamp власну музику, а й робити зі своєї сторінки аналог повноцінного сайту. Сервіс дозволяє зробити невеликий редизайн сторінки, розміщувати музику і Мерч для продажу і додавати посилання на інші офіційні сторінки в мережі.

Єдиним недоліком для виконавців з України є прив'язка сторінки до PayPal, на який вам будуть перераховуватися кошти від продажу музики і Мерч. Однак, якщо ви хочете розмістити на Bandcamp свої пісні виключно для ознайомлення, то заводити аккаунт на PayPal немає необхідності. При цьому треба зазначити крайню зручність покупки музики і товарів на сервісі. Так, якщо на деяких іноземних сайтах оплату можна провести тільки через PayPal, який на даний момент недоступний в Україні, то користувач Bandcamp також може заплатити за вподобаний альбом за допомогою банківської карти. Сума оплати зазвичай становить від \$ 1 за трек (або навіть \$ 0) і вище, так що тру-фанати нарешті зможуть не словом,

а ділом довести свою відданість улюбленій групі, доплативши за пісню або цілий альбом стільки, скільки вважатимуть за потрібне [39].

У момент покупки музики слухачі можуть залишати свої коментарі, які будуть відображатися на сторінці артиста, що також працює як додаткова реклама, показуючи рівень інтересу до конкретного виконавця. В налаштуваннях також можна вказати ціни на доставку в той чи інший регіон або країну, які будуть Плюсувати до суми за Мерч при його покупці.

Також на сайті існує кілька додаткових, але вельми корисних опцій: підписка (завдяки їй на пошту слухачеві будуть приходити нотифікації про нову музику і Мерч артиста), «Відправити в подарунок» (оплатити покупку для одного) і «Додати в список бажань» (то є додати в закладки, що відмінно працює в парі з «Відправити в подарунок») [39].

Для лейбла вартість аккаунта на Bandcamp складе від \$ 20 в місяць за розміщення 15 команд і \$ 50 в місяць за необмежену кількість виконавців. Звичайний користувач і група можуть зареєструватися на сайті безкоштовно. При наявності базового аккаунта, сервіс буде стягувати 10% з продажів Мерч і 15% з цифрових завантажень. При досягненні суми продажів в \$ 5,000 відсоток знизиться до 10%. За \$ 10 в місяць група може завести Bandcamp Pro, який дозволить перейменувати домен з .bandcamp.com в .com, робити приватні стрім, завантажувати відео і користуватися розширеною статистикою. Сервіс також має додатки для iOS і Android, які по суті є просто мобільними версіями сайту, так як з їх допомогою можна купити музику або слухати її офлайн [25].

YouTube

Головний мастодонт відеогостингу в інтернеті дозволяє не тільки викладати відео, музику і зображення, а й заробляти на їх переглядах. Для цього користувач може монетизувати свій контент або безпосередньо співпрацювати з рекламодавцями. Що правда, це варто робити при

наявності великої кількості передплатників і, відповідно, переглядів, а також регулярному випуску відеороликів.

Якщо говорити про просування власного бренду, то, згідно з офіційною статистикою, в даний момент аудиторія сервісу становить понад мільярд людей, що є майже третиною всіх користувачів інтернету. Згадуючи ажіотаж навколо мільярда переглядів кліпу «Gangnam Style» PSY, який у 2012 році став справжньою культурною подією року, або успіх оригінального відео «Knock Knock» українців Brunettes Shoot Blondes, про які писали не тільки музичні видання, а й великі сайти про гаджетах типу The Verge, можна з упевненістю стверджувати: підкорите YouTube і ви, підкорите весь світ.

Vimeo

Даний відеохостинг з'явився на рік раніше YouTube, проте його популярність помітно поступається конкурентам. Головною особливістю Vimeo є якість контенту. Так, якщо YouTube дозволяє викладати необмежену кількість матеріалів, то на безкоштовному акаунті Vimeo Basic користувач обмежений 500 мегабайтами в тиждень і 25 гігабайтами на рік. Такі умови категорично не підходять користувачам, націленим регулярно викладати контент і не готовим додатково витратитися на платні акаунти: Vimeo Plus за \$ 5 в місяць, Vimeo PRO за \$ 17 або Vimeo Business за \$ 50, у кожного з яких є свої відчутні плюси, як-то можливість завантажувати відео в 4K Ultra HD (що, правда, є і на YouTube) або отримувати допомогу по створенню контенту і ведення бізнесу.

Подібний розширений і платний функціонал привертає головним чином артистів, музикантів і продюсерів, які бажають продемонструвати колегам і звичайним користувачам мережі інтернет свої роботи, які не загубляться в море непотрібних «трендових» відео на YouTube. Однак конкуренція на даному сайті нітрохи не нижче, так як кількість роликів, при тому якісних, тут вельми високо.

Також варто зазначити більш м'яку цензурну і правову політику сервісу, NSFW відео, а також ролики з «чорного» списку GEMA тут трапляються набагато частіше, ніж на YouTube [46].

Так як Vimeo є простором вільним від реклами, заробляти на сайті можна за рахунок платного перегляду вашого контенту. Для того, щоб почати отримувати прибуток, вам знадобиться не тільки достатню кількість передплатників, а й платний акаунт (сайт надає місяць безкоштовного тестового користування послугою).

ReverbNation

ReverbNation позиціонує себе як онлайн-платформу для просування виконавців, проте, в порівнянні з вищезазначеним Bandcamp, підтримує вельми обмежена кількість аудіоформатів, а саме WAV (44.1Khz, 16 bit) і MP3 (192 kbps – 320 kbps, 44.1 або 48 KHz).

Сайт дозволяє не тільки створювати аудіоплеєр з музикою і ділитися ним в мережі, а й прив'язувати акаунт до Spotify, iTunes, Google Play і Amazon Music для її продажу. Крім безкоштовної реєстрації, ReverbNation також надає платні акаунти (\$ 9.95 або \$ 19.95 в місяць) з двома місяцями тестового використання, які дозволять більш ефективно просувати музику. Наприклад, при завантаженні пісні, у вас буде кілька варіантів по її розміщенню – тільки прослуховування, прослуховування з можливістю скачування, прослуховування тільки за наданою посиланням, або обмежений доступ в наборі ReverbNation Press Kit. Також на сервісі можна просувати свою музику за допомогою реклами.

При наявності базової безкоштовної облікового запису користувач має можливість додавати на сторінку відео, дати концертів, фотографії та посилання на інші акаунти в соцмережах, а все новості з ReverbNation автоматично дублювати на Facebook.

SoundCloud

Онлайн-платформа SoundCloud дозволяє безкоштовно поширювати і прослуховувати різні аудіофайли. При покупці платного аккаунта за € 5 або € 9 на місяць (€ 45 і € 99 на рік, відповідно), користувачеві також доступна завантаження понад установлений ліміт і розширена статистика. SoundCloud підтримує аудіофайли формату AIFF, WAVE (WAV), FLAC, ALAC, OGG, MP2, MP3, AAC, AMR і WMA з максимальним розміром в 5 гігабайт. Всього користувач може завантажити до 180 хвилин безкоштовного контенту. Через свою простоту і зручності сервіс свого часу витіснив MySpace, оскільки, на відміну від останнього, дозволяв убудовувати записи в інші соціальні мережі [40].

SoundCloud має функції соціальної мережі, завдяки чому користувачі сайту можуть обмінюватися повідомленнями, прикладаючи до них треки, і залишати коментарі до будь-якої частини композиції.

Серед меломанів також набули поширення відповідні додатки для iOS і Android. У додатку для Android можна записувати звук і відразу завантажувати його на сайт. Крім того, сервіс надає можливість слухати музику в офлайн-режимі з SoundCloud Go, але, на жаль, ця функція доступна тільки для жителів США, які володіють платним аккаунтом.

Google Play Music і iTunes

Раніше ми вже розповідали про iTunes і Google Play Music, тому зараз спробуємо розглянути ці сервіси з позиції музикантів.

По суті, обидва працюють за однаковою схемою: щоб викласти музику на iTunes або Google Play Music потрібно вдатися до послуг одного з агрегаторів, схваленого компаніями. Звичайно, можна безпосередньо працювати з представниками Apple і Google, однак вам доведеться самостійно заповнити анкети і податкові декларації.

За певну плату офіційні агрегатори розмістять ваші композиції в різних онлайн-магазинах від iTunes і Google Play Music до Spotify і Amazon (найчастіше сайти надають послуги понад 100 магазинів), і потім будуть

переводити відрахування від продажів на ваш акаунт PayPal. Більшість подібних сайтів (наприклад, DistroKid або TuneCore) вводять нульову комісію за продаж музики, але деякі, як CDbaby, можуть забирати собі додатковий відсоток. Вартість послуг агрегаторів абсолютна різна, плата може стягуватися як за окремі сингли, так і за цілі альбоми. Деякі ж сайти надають річний або місячний абонемент з необмеженою завантаженням [40].

Виходячи з особистого досвіду, недоліком агрегаторів можна назвати ймовірність зливу музики в інтернет, але ця проблема в основному пов'язана з дрібними російськими магазинами, від використання яких можна завчасно відмовитися.

Важливою причиною, щоб скористатися Google Play Music і iTunes, є кількість меломанів, які користуються їхніми послугами. Так, ще в 2014 році генеральний директор Apple Тім Кук повідомив, що на iTunes зареєстровано понад 800 мільйонів акаунтів. Що стосується Google Play Music, то точних даних щодо кількості його користувачів немає, але, якщо вірити торішньої статистикою сайту Business Insider, це один з найбільш популярних стрімінгових сервісів на сьогоднішній день.

На жаль, варто уточнити, що кількість користувачів не впливає особливо на прибуток андеграундних груп – до сих пір сума від продажів музики через iTunes і Google Play Music для маловідомих команд становить копійки.

Початківцям, але необмеженій фінансово команді, ми б радили використовувати всі можливі для розкрутки сайти, щоб інформація про вашу творчість була доступна на кожному великому і популярному сервісі.

У висновку хочеться додати, що з особистих фаворитів ми б виділили Bandcamp, де кількість неформальних слухачів зростає з кожним днем, YouTube, як головний флагман відео- й аудіоконтенту з можливістю заробітку, Vimeo (більше за тематику і аудиторію, так як заробити з ним

групі досить складно) і SoundCloud (останній – за можливість розшарювати приховані стрім і обмінюватися коментарями про треки). Ми радимо не нехтувати сайтами з безкоштовними послугами. Набагато краще викласти альбом на YouTube з подальшою перспективою отримати прибуток за перегляди, ніж радіти кількості його скачок на торрент або марним лайкам на ВКонтакте. Крім того, в описі під відео завжди можна додати інформацію про те, як віддячити йому творця, навіть якщо у вас немає PayPal [40].

Висновки до розділу 2

У першому розділі ми розглянули такі важливі складові у сучасній музиці як платформи для розповсюдження та актуальні тенденції. Без спеціальних програм та сайтів дуже важко вийти на «ринок» зі своїм новим продуктом, а ці початкові сайти точно допоможуть зробити крок до популярності. А без актуальних тенденцій ми не зможемо нащупати ту саму нішу, через яку донесемо до людей свої думки.

РОЗДІЛ 3.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МУЗИЧНОГО РИНКУ НА ПРАКТИЦІ

3.1. Встановлення квот щодо української мови в радіоефірах та ЗМІ

Вже у 2016 році Верховна Рада ухвалила довгоочікуваний «Закон про мовні квоти», яким регулюється контент радіо в Україні. З листопада 2017 року в радіоефірі має бути не менше 30% українськомовних пісень.

За рік квот на всіх радіостанціях 85% програм стали озвучуватися українською. Але не всі ЗМІ змогли дотримуватись правил. Загалом Нацрада оштрафувала 17 радіостанцій на понад один мільйон гривень. Серед них «Kiss FM», «Шансон», «Люкс FM», «Ера». Найбільший штраф за усі роки квот сплатила радіостанція «Пятниця» – 327,8 тисяч гривень. [54]

Можна зустріти різні думки щодо квот серед артистів. «Якщо відверто, то такі методи мені не дуже подобаються. Я сам спочатку писав російськомовні тексти, адже я з міста Чернігова. Там ніхто українською не спілкується. Але настав момент, коли зрозумів, що хочу писати українською. Я почав спілкуватися нею більше, а потім усвідомив, що писати російською вже й не зможу. Українську можна скласти як пазл. З російською ти так не пограєшся. Це має бути вибір кожного», – розповів нам соліст гурту «The Gitas» Саша Чемеров [54].

Можливо, це прозвучить дещо пафосно, але мені так здається, що 8 листопада, коли прийняли закон, то наша українська естрада почала свою нову еру. А все через те, що мовні квоти стали платформою для відродження нашої музики.

Якщо за останніми результатами аналізу та опитування Нацради з питань телебачення і радіомовлення, представленими в кінці вересня, регіональні та місцеві радіостанції не просто дотримуються встановлені квоти – вони їх навіть перевиконують на 18%. Тобто тепер на радіо 53% пісень звучать на українському. А це значить, що всі квоти працюють тільки на благо.

І за словами члена Нацради Сергія Костинського, за цей час українська мова тотально повернувся в ефір телеканалів і радіостанцій, а українська

пісня отримала потужний розвиток і постійну ротацію в ефірі радіомовників [54].

Хоча ми згадуємо, як з початком введення квот багато розмов велося про те, що мовляв якісного україномовного контенту просто не вистачить, щоб їх дотримуватися. Ці побоювання абсолютно не підтвердилися - свіжа кров україномовних артистів потужно наповнила організм нашого шоу-бізнесу (про це – далі). Це підтверджують і лічильники переглядів на YouTube, де наприклад, пісня групи KAZKA «Плакала» набрала рекордні 283,3 млн, Jerry Neil «Охрана, отмена» – 13,8 млн, Alyona Alyona «Залишай свій дім» – 3,7 млн (для порівняння, одна з найпопулярніших пісень поп-діви української сцени Тіни Кароль «Здатися ти завжди встигнеш» набрала 11,4 мільйона переглядів, тому для новачків це фантастичні цифри). [54]

А в репертуарі наших артистів, навіть ті, які раніше співали тільки російською мовою, почали з'являтися хіти на рідній мові. Це і Настя Каменських, і гурт «Время и Стекло», і Сергій Бабкін, і Тіна Кароль, а також володар жіночих сердець Олег Винник.

За три роки квот на українській сцені сформувалося нове сильне ядро із виконавців, основу матеріалу яких складають пісні українською мовою. Очевидно, що квоти стимулювали цей процес. The HARDKISS, TAYANNA, KADNAY, Jerry Neil, KAZKA, без обмеження, Ріанобой, Антитіла, Один в каное, Арсен Мірзоян, Христина Соловей, Сергій Бабкін – для всіх цих артистів період 2016–2019 років став етапом виходу на більш високий рівень популярності (або різкого зльоту – для тих, хто тільки з'явився на сцені в ці роки) [52].

У наш час ці артисти підтримують на високому рівні нашу естраду. Вони є «любимчиками» майже кожного країнца. А головне, що їх музика знаходить свій відбиток у серці всіх українців. Зрозуміло, це підсилює індекс ідентичності нашої сцени і зміцнює її самостійність, впевненість в собі. У кожного з них свій шлях і своя специфіка комунікацій з українською

мовою (для деяких він не рідний). Але кожен з них – новий помітний гравець на полі вітчизняного шоу-бізнесу, де довгі роки найсильнішими фігурами були російськомовні артисти.

Не впевнений у такій редакції квот музикант Сергій Василюк: «Українська сучасна музика є різна, як за стилем, так і за змістом. А ще вона буває українською лише за походженням. Квоти подіяли, але в мене від того двоякі відчуття. Так, ефір стає більш україномовним і багато топових попсових команд переходять з російської на українську, але що ми можемо отримати від того незабаром? Ми ще більше закріпимо гегемонію шоубіз-титанів і монополістів, які стануть формально україномовними, ба більше не у всіх піснях». [54]

Водночас квоти вплинули і на тих, хто давно хотів писати українською, але все не наважувався. «Рідна мова є більш сакральною, тому мені завжди хотілося заспівати українською. Мова – це культурний код нації, одне з найважливішого. Треба повертатися до свого, слухати голос предків», – сказав в інтерв'ю «Українському інтересу» музикант Паша Холошев [54].

У 2018 і 2019 роках головні хіти року від українських артистів («Плакала» KAZKA і «Охрана, отмена» Jerry Heil) виконані українською мовою. Такого не було, мабуть, від початку 2000-х, коли своїми бойовиками бомбили ефір «Океан Ельзи», а Ірина Білик та Ані Лорак ще співали українською. Відродження такого тренда саме в період дії квот не може бути випадковістю. Найпотрібніше, власне які можуть надати радіоквоти на україномовну музику – ініціювати в країні створення локального мейнстріму свіжого на подобі. Тобто, прицілу нема на шинок, де розливають палену «Московську», а на пристойне кафе, де й апетитна кава, і класні карпатські настоянки. Тут не місце для ґрунтового аналізу, я тільки зіставляю ставлення українського мейнстріму до квот і згодом них: до 2017 року у нас в україномовній поп-прошарку не було цих достовірних

козирів, як TAYANNA, The Hardkiss, KADNAY, Pianoбой, Сергій Бабкін, LAUD і KAZKA, а нині є. У перший раз за багато років конкретним бестселером року в країні стала пісня на рідній мові. Все це ланки одного ланцюга. [54]

Ще одна картина скигнення в душі «Ну, і де всі ці телезірки-одноденки з «Голосу країни» і «Х-фактора»?» також потьмяніла, втратила актуальність. YUKO, TAYANNA, LAUD, Alina Pash, Michelle Andrade, Constantine, MARUV, INGRET, MELOVIN, KAZKA – всі вони звідти. Якраз вони – найближче майбутнє нашої поп-музики. [54].

1 жовтня 2020 року Національна рада з питань телебачення і радіомовлення призначила позапланову виїзну перевірку на телеканал «УА:Культура». Як виявилось, моніторинг мовлення телеканалу «УА:Культура» 11 травня цього року зафіксував порушення вимог частини першої статті 9 Закону України «Про телебачення і радіомовлення». Законодавчими вимогами передбачено, що у загальному обсязі мовлення кожної телерадіоорганізації не менше 50% має становити національний аудіовізуальний продукт, а в ефірі ліцензіата національний аудіовізуальний продукт становив 42% [52].

Національна рада з питань телебачення і радіомовлення опублікувала результати моніторингів щодо виконання мовних квот в ефірі супутникових, регіональних і місцевих телеканалів та регіональних і місцевих радіостанцій у першому півріччі 2020 року. «Загалом спостерігається позитивна тенденція: переважна більшість ліцензіатів відповідально та сумлінно дотримуються мовних квот. Стовідсоткове наповнення ефіру державною мовою забезпечили телемовники Вінницької, Волинської, Сумської, Полтавської, Івано-Франківської, Рівненської, Тернопільської і Черкаської областей», – ідеться в повідомленні [54].

У Нацраді зазначили, що середній показник обсягу пісень українською мовою становив 54%, а обсяг ведення передач українською мовою – 94%. Це наполовину більше за норму, яку вимагає законодавство.

Ознаки порушень мовних квот були зафіксовані у радіоефірах п'ятьох ліцензіатів. Зокрема, зменшення частки пісень державною мовою виявлено у ТОВ «Телерадіовидавнича компанія «КОМРА», м. Київ (позивні «Best FM»), ТОВ «Міська телерадіокомпанія «Чернівці», м. Чернівці (позивні «Блиск ФМ»), ТОВ «Телерадіокомпанія Маяк», м. Олександрія Кіровоградської області, ТОВ «Телерадіокомпанія «Столиця», м. Київ (позивні «Перець FM») [54].

Отже, хочеться зробити висновок, що квоти допомагають будувати та відновляти унікальну українську естраду, це є мотивація для артистів вдосконалювати свою «співпрацю» з українською мовою, ризикувати, експериментувати. Для мене це очевидний позитивний процес.

3.2. Стратегія розвитку виконавця. Поради щодо виходу на український музичний ринок

Неможливо не візначити, що ми дуже прогресуємо у темі музики. З'явилося чимало нових виконавців, талант-шоу та пісень. Я дуже пишаюсь тим, що живу в країні, де можна розвиватися в улюбленій справі та знайти свою нішу для того, щоб займатись ділом свого життя.

Я знаю багато історій, коли людина не вірила в свої сили, але «Голос країни» або «Україна має талант» «розпочали» дуже успішну кар'єру та втілили мрії у життя.

На мою думку, потрібно з дитинства прививати любов до музики, починаючи з класичної. Не просто так кажуть, що потрібно слухати класичну або просто улюблену музику, коли дівчина ходить вагітна.

Я вирішила провести опитування серед дітей, опираючись на свою розробку на четвертому курсі. Наше майбутнє – діти, та мені стало цікаво, що саме їх цікавить у нашій естраді.

Опитавши 20 дітей, я була здивована, бо майже всі відповіли, що слухають не американських, не російських, а українських виконавців. Чесно кажучи, я була дуже натхненна та приємно вражена.

Діти віком від 5 до 7 років слухають таких виконавців, як: Время и стекло, Monatik.

Діти віком від 7 до 8 років – Оля Полякова, Артем Пивоваров, Тина Кароль, Monatik.

Діти віком від 8 до 13 років – Время и стекло, Open Kids, Monatik.

Діти віком від 13 до 15 років – Alyona Alyona, The Hardkiss, Jerry Heil, Monatik, Никита Ломакин.

Найцікавіше, що улюбленцем усіх вікових категорій став Monatik. Та це не дивно, бо команда вкладає багато зусиль у свій продукт та робить дійсно якісно та «смачно».

Зважаючи на сьогоденну ситуацію з карантинном, звичайно хочеться підкреслити, що наші «зірки» підтримують працівників нашої медицини, які кожен день борються за життя людей.

На початку вересня відома співачка Ольга Полякова і десятки інших зірок української естради вийшли під Кабмін на акцію протесту з вимогами врегулювати діяльність артистів в період карантину. Вони вимагав від влади не допустити цілковитого занепаду індустрії, долучитися до діалогу з представниками сфери і спільним зусиллями створити план виходу з кризи. Українська співачка Джамала вирішила запустити акцію на підтримку українських лікарів. [54]

Співачка хоче продати частину своїх речей, а на виручені кошти закупити захисні костюми для лікарів. «Сидячи вдома, мені прийшла ось яка ідея. Я хочу обміняти свої речі на захисні костюми для лікарів! Я буду

ділитися своїми нарядами. Ви зможете їх придбати і, сподіваюся, вони будуть радувати вас. Адже карантин закінчиться, а у вас залишаться гарні і потрібні вам речі! А ще ви зробите добру справу – допоможете забезпечити лікарів захисними костюмами», – написала Джамала. Зірки українського шоу-бізнесу взяли участь у великому благодійному онлайн-марафоні #РазомВдома. Таким чином, знаменитості зібрали кошти на допомогу в боротьбі з коронавірусів [31].

15 квітня, українські музиканти, меценати, медійні особистості, спортсмени, телеведучі та лідери думок зібралися біля екранів своїх гаджетів для однієї мети – стати на захист своєї країни від COVID-19 і нагадати людям про необхідність самоізоляції. Для цього, протягом 10 годин в режимі онлайн пройшли музичні виступи зірок, зустрічі з блогерами та громадськими діячами, які поділилися своєю позицією і висловили свої слова підтримки.

Марафон об'єднав понад тридцять учасників, серед яких – Сергій Бабкін, Melovin, Ірина Федішин, Pianiboy, НеАнгели, Без обмежень, Олег Скрипка, Артем Пивоваров, KAZKA, YUKO, Арсен Мірзоян, Діма Коляденко, Світлана Тарабарова [31].

Ведучий проекту, його ініціатор і співзасновник премії YUNA Павло Шилько.

Виручені кошти перераховані в фонд «Lets Help» і підуть на закупівлю засобів індивідуального захисту для українських лікарів і соціальних працівників, які задіяні в боротьбі з коронавірусів, а також на допомогу постраждалим від пандемії COVID-19.

23 і 30 травня відбулися два благодійні онлайн-концерту «Сміливе серце», мета яких – зібрати кошти на придбання засобів захисту і обладнання для лікарів, які рятують життя хворих COVID-19. У концерті взяли участь «Бумбокс», «Друга Ріка», Alina Pash і інші українські зірки. «Україна – держава лікарів-супергероїв, які наважилися пожертвувати

собою, власними силами, сім'ями, сном і самопочуттям через життя хворих. Ми закликаємо подякувати їм за це», – стверджують організатори плану.

Подякувати лікарям-супергероям можна на сторінці благодійного фонду. [31]

Популярна українська виконавиця Тіна Кароль представила артперформанс на підтримку лікарів. Співачка закликала своїх прихильників приєднатися до благодійного марафону каналу 1 + 1 «Ти не один».

Тіна Кароль виступила зі свого будинку з кінематографічним перформансом на пісню «Життя триває» і вимовила зворушливі слова. Зібрані від перформансу кошти підуть на придбання обладнання та індивідуального захисту лікарів, які рятують життя хворим COVID-19 [31].

Хочеться наголосити на тому, що ми – єдині, та наша музика поєднує тисячу українців, навіть коли мова йде про такі важливі та серйозні теми, котрі хвилюють всіх. Ми всі люди та маємо підтримувати один одного. Отже, хочу зробити висновки, що наша музика – вічна. Ми змінюємось, вигадуємо щось нове та йдемо вперед. Тому наші співаки об'єднують мільйони «голосів». Та це все знаходить місце в наших серцях [48].

Питання про просування стає актуальним в момент створення продукту, ще до того, як він надійшов у продаж і став доступний масовому покупцеві. Ефективність організованих маркетингових заходів визначається обраною стратегією, яка, своєю чергою, відображає особливості. Існують два варіанти розвитку кар'єри незалежного музиканта в музичному бізнесі: або вам доведеться самотійно займатися своїм просуванням (заснувати PR-фірму, музичне видавництво, займатися самотійним менеджментом, і т.д.), або будете співпрацювати з іншими людьми, які будуть виконувати всі необхідні види робіт. Всі ці послуги підписаним артистам може надавати рекорд-лейбл, і в той же час, непідписані артисти можуть робити все це для

того, щоб рекорд-лейбл підписав їх. Рекорд-компанія регулює чотири основні галузі музичного маркетингу:

1. радіопромоушн;
2. PR (public relations);
3. концертна діяльність;
4. роздрібні продажі музики.

PR (паблісіті) в музичному бізнесі забезпечуються шляхом замовлення послуг PR-агентства або шляхом наймання PR-менеджера. Живі виступи, як частина вашого музичного маркетингу, забезпечуються вашою співпрацею з концертним агентством, яке буде шукати людей, готових замовити ваші виступи (хороші концерти також є основою для деяких паблік рилейшнз) [49].

Невеликі музичні лейбли, швидше за все, будуть організовувати концерти своїми силами. Зверніть увагу, що професійне концертне агентство і окремих концертний агент (займається постійною організацією виступів артиста) – це не одне і те ж.

- Цільова аудиторія продукту: вам потрібно розуміти всі особливості вашої цільової аудиторії, патерни поведінки, переваги, основні цінності і мотиви, інсайти споживання вашої категорії продуктів.
- Аналіз конкурентів: вам потрібно знати, як комуніцирують конкуренти з вашої ж цільовою аудиторією, що вони їм кажуть, по яких каналах відбувається комунікація. Знати і зробити краще.
- Позиціонування: потрібно розуміти особливості вашого продукту, УТП (унікальна товарна пропозиція), якими ви повинні бути в очах ваших потенційних покупців.
- Ключові повідомлення: повідомлення, які транслює PR, повинні працювати в комплексі з іншими каналами комунікації.
- Канали комунікації: потрібно знати, які ще канали задіяні, і працювати з ними над спільною метою.

Важливо на старті визначити, які інструменти будуть ефективні в вашому випадку, проаналізувавши наступне:

- Як споживає інформацію ваша ЦА (ЗМІ, telegram, Instagram, twitter, газети);
- Які медіа читають (чи є у них лояльність до певних медіа);
- Проаналізувати конкурентів (завжди потрібно розуміти, як використовують ці ж інструменти інші);
- Поставити цілі для кожного інструменту, використовувати їх системно в комплексі, а не дублювати одну і ту ж інформацію в різні канали.

Після того, як ми розібралися з набором інструментів, потрібно їх деталізувати [53].

Наприклад, якщо це ЗМІ, потрібно зрозуміти, які саме медіа нам цікаві (business / lifestyle / tech, місячні охоплення, географія), які теми для публікацій можна їм запропонувати, що нам важливо розповісти в першу чергу і на чому зробити акцент. Потрібно скласти медіа-карту, зі списком потенційно цікавих медіа і з контактами журналістів.

Якщо це заходи, потрібно розуміти, які формати нам цікаві, де ми можемо взяти участь як гості, а де стоїть взяти участь як спікер, що для цього потрібно і т. д.

Музикант повинен виробити певну стратегію, розробити план з просування своєї музики, розвитку групи або розкручування власного бренду. Йому потрібно навчитися «продавати» себе і свою творчість. Тому нижче ви знайдете короткі тези покрокової інструкції з просування себе, своєї музики або своєї музичної групи [50].

1. Першочерговим завданням є те, що музикант повинен вигадати своє унікальне ім'я. Щоб цільова аудиторія могла відразу відлічити від інших.
2. Потрібно інвестувати не тільки гроші в свою музику, але й багато часу та сил, щоб отримати очікуваний результат.

3. Знайомства. Велику роль відіграють саме вони. Намагайтесь потрапити в коло спілкування людей, які зможуть допомогти або направити вас у цій справі.

4. Визначте свою цільову аудиторію. Для кого ви будете писати пісні та щоб далі обирати канали розповсюдження та стилістику подачі інформації. Щоб завжди бути на одній хвилі зі своїми людьми.

5. Сарафанне радіо – завжди актуальний інструмент для розповсюдження будь-якої інформації.

6. Соціальні мережі будуть найкращими друзями для вас і вашої творчості. Зараз як ніколи дуже важливий інструмент в будь-якій справі. Там є неосяжна платформа для роботи з цільовою аудиторією.

На мою думку, це є дуже актуальним для просування музичного проекту.

Та найголовніше, що є важливим для вас як музиканта. Для того, щоби ви «вибухнули», потрібно дотримуватись такої стратегії:

- Привести ютуб акаунт і інстаграм в порядок по налаштуванню та оформленню
- Просування в інстаграм
- Використання мережі Tik Tok для розповсюдження вашою пісні, щоб під неї знімали ролики та вони поширювались серед всіх користувачів
- Анонс кліпу через таргетовану рекламу в інстаграм
- Просування нового кліпу на YouTube
- Повний супровід і контроль всіх процесів.

Отже, для того, щоб починати розповсюджувати свою творчість, потрібно розпочати зі своїх соціальних мереж, співпраця зі ЗМІ та визначити аудиторію.

Висновки до розділу 3

Ми виростаємо на музиці, виовуємось та взрощуємо свої інтереси завдяки музиці. Вона є невід'ємною складовою нашого життя. Коли ми знаходимо щось своє у строчках пісні, то потім це відгукується в наших серцях.

На мою думку, потрібно з дитинства виховувати в дитині любов до різної музики, щоб потім вона знайшла свою гілку та те, що буде їй до вподоби.

Дуже видно розвиток нашої країни в питанні мистецтва, що не може не надихати на щось своє. Навіщо шукати невідоме за океаном, якщо у нас є дуже конкурентноспроможний «товар», який вартий уваги кожного.

ВИСНОВКИ

Зараз почався новий етап відродження української естради. У короткий час ми добились своєрідного звучання та свою аудиторію.

Всі події, які відбулись і відбуваються Майдані, війна на сході України «підірвали» занепад вітчизняної музики, і спровокували її розквіт. Нарешті українську естраду заповнили вітчизняні артисти.

Я дуже пишаюсь нашою чудовою спадщиною, яка залишиилась ще з витоків, яку, наприклад, хор імені Г. Вірьовки чудово проносить через віки. Пісні на вірші Лесі Українки, Тараса Шевченка, твори від яких захоплює подих, які наче уявляєш і проживаєш. Хочеться вірити, що ніколи ми не забудемо нашу народну пісню, яка є провідником у початок становлення нашої естради. Головне, щоб в цьому нація була зацікавлена.

Звичайно хотіла б відзначити наших чудових композиторів, які пишуть духовну музику, таких як Валентин Сільвестров, Леся Дичко, Віктор Степурко та інші. Ці великі люди роблять неймовірну справу. Вони привчають нас любити класику, яка є вічою. Саме ці композитори несуть моральне, естетичне, культурне надбання людства та продовжують неабияку справу видатних предків (наприклад, Кирила Стеценка).

На жаль, вся ця музика, яка несе в собі моральні та духовні цінності, трохи занепадає. Молодь цікавиться більш простими та без глибокого сенсу тексти пісень. Народ розучився мислити, прийшла епоха техніки.

Так і в музиці, не в моді зараз плакати над піснями, співпереживати автору (хоча є й окремі випадки), проживати ту чи іншу мелодію, наче «пропускаючи її через себе».

Особливо юнаки люблять зараз слухати музику, яка не несе за собою особливої текстової навантаженості. Така музика грає в клубах, на дискотеках та на вечірках.

Маю велику надію, що студенти-музиканти, які навчаються на музичних факультетах, зможуть привнести щось нове, незвичайне в майбутню музику України. Хоча все це може бути тільки за умови, що навчання справді кваліфіковане та добросовісне, а культура в країні та її пропаганда не буде виходити за межі дозволеного, моральні цінності будуть вище за матеріальні. Хотілося б, щоб влада звернула увагу на культуру, освіту, щоб як колись, за часів Моцарта та Бетховена, люди творили не за гроші, а за духовне задоволення, привнесення чогось свого навіть без визнання.

Мені здається, що було б чудово, якщо хтось розробив би спеціальні програми по прививанню любові до класики українцям з малечку. Батьки чітко мають зрозуміти, що важливо привчати дітей ще з малечку до культури, моральні якості завжди потрібно прививати людині, а краще показувати на своєму прикладі. Як кажуть: «Яблуно від яблуні недалеко падає». З пелюшок привчати слухати класичну музику, наспівувати колискові, народні пісні, щоб це не припинялося і передавалося з покоління в покоління. Не просто посадити дитину за комп'ютер та хай не заважає, робить що хоче, а вкладати знання та постійно вдосконалюватися самому. Але я не можу сказати, що вся сучасна музика – це щось незрозуміле. В нашій країні дуже багато талановитої як молоді, так і серед людей більш дорослого покоління. На мою думку, зараз в нашій країні стрімко розвиваються підґрунтя для музики та виконавців початківців.

Аналізуючи наш «ринок» я точно можу сказати, що пишаюсь нашою творчістю, мистецтвом та розвитком сучасних виконавців та їх діяльністю. Ми прагнемо досягти рівня іноземних співаків, які стали улюбленцями

мільйонів. І у нас це дуже добре виходить. Ми є конкурентоспроможними на рівні міжнародних конкурсів.

Суперечливі тенденції розвитку української музики нового тисячоліття є характерною ознакою перехідного суспільства. Безперечно, закріплення позитивних результатів розвитку культури залежить від усього суспільства і кожного громадянина окремо. Гарантом успіху у досягненні цієї мети є потужний потенціал нації, а також життєствердуючі процеси демократизації українського суспільства, що і є головним рушієм культурного процесу, запорукою подальшого розквіту української культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Атаева Т. А. Событийный маркетинг как инструмент продвижения товара и создания его имиджа // Теория и практика общественного развития. 2015. № 9.
2. Бондарева М. С. Маскульт и музыка. Проблемы звучания и потребления / Вестник Костромского государственного университета. 2008. Т. 14. № 4.
3. Берлінг З. Культурна соціологія [Текст] / Берлінг З. Львів : Бертельсман, 1997. 297 с.
4. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. Манн, Иванов и Фербер, 2010.
5. Дональд Пассман. All You Need to Know About the Music Business (Все о музыкальном бизнесе). М. : Альпина Паблишер, 2015. 420 с.
6. Садовенко С. Н. Основні тенденції розвитку культури України 21-го сторіччя : лекція. К., 2016. 76 с.
7. Волков Ю. Г., Добренков В. І., Нечипуренко В. Н. Социология. М. : Гардарики, 2003. 512 с.
8. Ісхакова Н.Р., Болтачов Р.Р. Музичні переваги молоді // Соціологічні дослідження. 2006. № 6. С. 103–107.
9. Касьянов В. В. Влияние средств массовой коммуникации на формирование глобальной культуры человечества // Историческая и социально-образовательная мысль. 2014. № 5.
10. Publicity (Как стать известным! Раскрутка, за которую не надо платить). СПб. : Питер, 2011. 160 с.
11. Кобцева О. Н., Романова Н. Д., Овсепян Д. С. Музыкальный брэндинг // . 2016.
12. Колбер Ф., Нантель Ж., Рич Д. Д. Маркетинг культуры и искусства // СПб. : Арт Пресс, 2004.
13. Корнеева С. Как зажигают «звезды». СПб. : Питер, 2004.
14. Корсакова И. А. Онтологические характеристики музыки в структуре мироздания // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2012. Т. 14. № 2–3.

15. Костина А. В. Популярная культура // Знание. Понимание. Умение. 2005. № 3.
16. Костылев С. В. Арт-менеджмент как комплексная система управленческой деятельности в области культуры, искусства и образования // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 1.
17. Лэтроп, Т., Петтигрю Д. Промоушн музыкальных проектов // Музыкальное и театральное продюсирование. М., 2008.
18. Маклюэн М. Законы медиа // История философии. 2001. № 8.
19. Михайлова И. В., Михайлов Л. В. Русская музыкальная культура 21 века и ее мировое значение. М. : Инфра-М, 2009. 76 с.
20. Наумов А. Эстетический вкус, ее воспитание. Нижний Новгород : Лотос, 2009. 290 с.
21. Руфраев А. Л., Одегова Е. К. Музыка конца 20 – начала 21 века. СПб. : Питер, 2011. 76 с.
22. Синеокий О. В. Профессиональная продюсерская культура: право шоу-бизнеса и антикризисные коммуникации в музыкальной индустрии // Социодинамика. 2015. № 4.
23. Соловьева В. Ю., Матвеева Н. Ю. Коммерциализация культуры в современном обществе // ББК 74.05 М75. 2014. 153 с.
24. Цукерман В. С. Музыка и слушатель. М.: АспектПресс, 2010. 243 с.

Електронні ресурси:

25. 18 українських медіа, які відкрились за останні півтора роки [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: https://karabas.live/18_ukrainian_media/
26. PR-стратегія: покрова інструкція [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://vc.ru/marketing/89099-pr-strategiya-poshagovaya-instrukciya>
27. Адорно Т. Музичне життя // Вибране: Соціологія музики. 1999 [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://philosophy/library/adorno/01.html>
28. Аналіз сучасної музики в Україні [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://kumlk.kpi.ua/node/1353>
29. Баранцев А. К., Альошина Є. Г. Музичні переваги сучасних музичних субкультур // Російські субкультури [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://vevivi/best/Sotsiologicheskie-issledovaniya-molodezhnykh-subkultur.html>

- 30.Бочкарев Л. Л. Музична діяльність // Психологія музичної діяльності. [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://primanota/l-bochkarev/psixologiya-muzykalnoi-deyatelnosti-score - 1787121.htm>
- 31.«Великий вибух» сучасної української музики: як ми поборили ізоляцію [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://uain.press/articles/velykuj-vybuch-suchasnoyi-ukrayinskoyi-muzyky-yak-my-poboroly-izolyatsiyu-871134>
- 32.Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: Океан Ельзи. – режим доступу до статті: https://uk.wikipedia.org/wiki/Океан_Ельзи
- 33.Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: Джамала. – режим доступу до статті: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Джамала>
- 34.Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: 5'nizza. – режим доступу до статті: <https://uk.wikipedia.org/wiki/5%27nizza>
- 35.Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: ONUKA. – режим доступу до статті: <https://uk.wikipedia.org/wiki/ONUKA>
- 36.Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: Джамала. – режим доступу до статті: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Джамала>
- 37.Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]: Скрыбін. – режим доступу до статті: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Скрыбін_\(гурт\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Скрыбін_(гурт))
- 38.Влияние современной музыкальной культуры на личность [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://works.doklad.ru/view/KQqOmje11zk.html>
- 39.Впервые в мире: представили мобильное приложение с украинской классической музыкой [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: https://innovation.24tv.ua/ru/predstavili-pervoe-mire-prilozhenie-ukrainskoj-poslednie-novosti_n1440607
- 40.Инструменты интернет-маркетинга в отрасли музыкальной индустрии: проблемы и перспективы применения [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://journal-s.org/index.php/vmno/article/view/3357>
- 41.Как менялась украинская музыка за 26 лет Независимости [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://nv.ua/art/kak-menjalas-ukrainskaja-muzyka-za-26-let-nezavisimosti-1715244.html>
- 42.Как набрать 1 млн просмотров на музыкальный клип YouTube [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу:

- <https://vc.ru/marketing/64146-kak-nabrat-1-mln-prosmotrov-na-muzykalnyy-clip-youtube>
43. Маркетинг в музыкальном бизнесе [Электронный ресурс] // Режим доступа до ресурсу:
http://www.lexamusic.com/marketing/promo_marketing36.htm
44. Общая картина музыкального маркетинга [Электронный ресурс] // Режим доступа до ресурсу: <http://www.lexamusic.com/marketing/>
45. Особенности развития музыкального бизнеса в контексте интернет-технологий [Электронный ресурс] // Режим доступа до ресурсу: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=884430>
46. Продвижение музыки и музыкального проекта [Электронный ресурс] // Режим доступа до ресурсу:
<http://www.master-skills.ru/articles/business/751-prodv>
47. Публічне використання музики [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://www.uami.org.ua/ua/activity/public.html>
48. Роль лейбла и паблисити в музыкальной индустрии: ресурсы, помогающие артисту в его становлении. [Электронный ресурс] // Режим доступа до ресурсу: http://resprod.ru/post_industry/rmapublabel/
49. Стратегия продвижения артиста [Электронный ресурс] // Режим доступа до ресурсу:
<https://moscowmusicsschool.ru/courses/strategiya-prodvizheniya-artista/>
50. Тема культуры в українських ЗМІ: основні тенденції подання [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу:
<http://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/zhurnalistski-nauky/tema-kultury-v-ukrayinskyh-zmi-osnovni-tendenciyi-podannya>
51. Черный пиар, или самые скандальные выходки российских звезд [Электронный ресурс] // Режим доступа до ресурсу:
https://news.rambler.ru/other/39429188/?utm_content=rnews&utm_medium=read_more&utm_source=copylink
52. Что дали квоты украинской музыке за три года? [Электронный ресурс] // Режим доступа до ресурсу: <https://www.ukrinform.ru/rubric-society/2816483-cto-dali-kvoty-ukrainskoj-muzyke-za-tri-goda.html>
53. Чтобы стать хитом. Маркетинг и вывод на рынок [Электронный ресурс] // Режим доступа до ресурсу: https://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/Hit-making_Entertainment.htm
54. Як виконують мовні квоти ТБ і радіо – звіт Нацради [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3065129-ak-vikonuut-movni-kvoti-tb-i-radio-zvit-nacradi.html>