

Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики

Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи бакалавра

**на тему «Портретне інтерв'ю як інструмент медіарепрезентації нових
імен у музичній журналістиці»**

Виконала: студентка IV курсу, групи СНЗ-312
Спеціальності 061 «Журналістика»
(шифр і назва спеціальності)
Обухова Ірина Анатоліївна
(прізвище та ініціали)
Керівник: к.ф. н., доц. Скуртул Г.С.
(прізвище та ініціали)
Рецензент: к.філос.н., доц. Гайворонська Т.О.
(прізвище та ініціали)

НУ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Факультет соціальних наук

Кафедра журналістики

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність: 061 «Журналістика»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри Григорук

« 16 » Вересня 2025 року

ЗАВДАННЯ на кваліфікаційну роботу бакалавра студентки групи СНз-312 Обухової Ірини Анатоліївни (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Портретне інтерв'ю як інструмент медіарепрезентації нових імен у музичній журналістиці»

керівник роботи канд. філолог. н., доцент Скуртул Г.С.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджена наказом НУ «Запорізька політехніка» від «22» 04
20 26 року № 1926.

2. Строк подання студентом роботи

3. Вихідні дані для роботи: праці таких журналістикознавців, як І. Михайлина, В. Дрешпака, М. Василенка, В. Іванова, Н. Сидоренко та ін.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити):

1. Теоретичні основи жанру інтерв'ю в музичній журналістиці

1.1. Музична журналістика як напрям сучасної культурної комунікації

1.2. Портретне інтерв'ю: жанрова специфіка й особливості роботи з героями

2. Особливості репрезентації медіаобразу музикантів-початківців

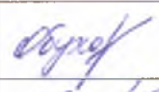
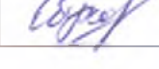
2.1. Сонграйтерський кемп як сучасний формат професійної комунікації та генерації музичного продукту

2.2. Серія портретних інтерв'ю: концепція, етапи створення

2.3. Особливості конструювання медіаобразу інтерв'юйованих

5. Перелік графічного матеріалу: _____

6. Консультування розділів роботи

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		підпис	Дата	підпис	Дата
Вступ	Скуртул Г.С		04.09.2025		04.09.2025
I	Скуртул Г.С		26.10.2025		26.10.2025
II	Скуртул Г.С		03.01.2026		03.01.2026
Висновки	Скуртул Г.С		09.05.2026		09.05.2026

7. Дата видачі завдання: «04» вересня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1	Збір та систематизація матеріалу	вересень 2025	
2	Аналіз журналістичнознавчого матеріалу	жовтень 2025	
3	Написання вступу	листопад 2025	
4	Написання розділу 1	грудень 2025	
5	Написання розділу 2	лютий 2026	
6	Написання висновків	квітень 2026	
7	Оформлення роботи	травень 2026	
8	Захист роботи	червень 2026	

Студент


(підпис) Обухова І.А.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


(підпис) Скуртул Г.С.
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Текст кваліфікаційної роботи бакалавра «Портретне інтерв'ю як інструмент медіарепрезентації нових імен у музичній журналістиці» становить 59 сторінок. Для виконання дослідження опрацьовано 40 джерел.

Об'єкт дослідження – серія інтерв'ю з учасниками проєкту КЕМП 2.0 від музичної платформи «На її основі», опублікована на сайті Inform.zp.ua («Можливо все, просто треба хотіти і бути в правильних умовах»: музикантка Ксенія Костіна про відчуття музики та експерименти під час участі у сонграйтерському кемпі; «Я хочу бути просто щасливою» – співачка Yosyaa про пошук своєї ніші в музичній індустрії та вплив сонграйтерського кемпу на проєкт; «У мене немає образу, я така і є», – співачка Alice Change про свій стиль, підтримку фанів і зміни після сонграйтерського кемпу).

Предметом дослідження є жанрові особливості та етапи створення портретного інтерв'ю як інструменту конструювання медіаобразу молодих музикантів.

Метою роботи є визначення особливостей створення портретного інтерв'ю як інструменту медіарепрезентації нових імен у музичній журналістиці.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- охарактеризувати музичну журналістику як складову сучасної культурної комунікації;
- визначити жанрову специфіку портретного інтерв'ю та виявити особливості журналістської роботи з героями в межах цього формату;
- окреслити роль сонграйтерського кемпу як новітнього формату професійної комунікації та майданчика для розвитку вітчизняного музичного продукту;
- обґрунтувати концепцію та поетапне створення авторської серії портретних інтерв'ю;

— проаналізувати особливості конструювання медіаобразу молодих виконавців у підготовленому циклі інтерв'ю.

Методологічну й теоретичну основу роботи праці, присвячені теорії журналістики, жанрології журналістських творів, особливостям інтерв'ю та розвитку музичної журналістики. Теоретичним підґрунтям дослідження стали роботи І. Михайлина, В. Дрешпака, М. Василенка, В. Іванова, Н. Сидоренко, А. Чернової, М. Бутиріної, Л. Мельник, а також зарубіжних дослідників музичної критики та музичної журналістики, британський дослідник музичної журналістики та австралійський дослідник популярної музики В. Браун, К. Джеке, М. Джеймс, Е. Монтано, та ін.

Методи дослідження: аналізу і синтезу, порівняння, типології та класифікацій, описовий, метод інтерв'ю.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в роботі здійснена одна з перших спроб проаналізувати особливості використання портретного інтерв'ю як інструменту медіареpräзентації нових імен у музичній журналістиці та у практичній реалізації серії текстових інтерв'ю на сайті inform.zp.ua.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Матеріали бакалаврської роботи можуть бути використані під час подальших наукових розробок, а також при підготовці лекційних та семінарських занять із курсів: «Мистецька журналістика: контент», «Піар і медіавиробництво», «Тенденції розвитку інтернет-журналістики».

**ІНТЕРВ'Ю, ПОРТРЕТНЕ ІНТЕРВ'Ю, МУЗИЧНА
ЖУРНАЛІСТИКА, ІНТЕРВ'ЮВАННЯ, МЕДІАРЕПРЕЗЕНТАЦІЯ,
МЕДІАОБРАЗ**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю В МУЗИЧНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	10
1.1. Музична журналістика як напрям сучасної культурної комунікації.....	10
1.2. Портретне інтерв'ю: жанрова специфіка й особливості роботи з героями.....	17
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МЕДІАОБРАЗУ МУЗИКАНТІВ-ПОЧАТКІВЦІВ.....	29
2.1. Сонграйтерський кемп як сучасний формат професійної комунікації та генерації музичного продукту	29
2.2. Серія портретних інтерв'ю: концепція, етапи створення.....	34
2.3. Особливості конструювання медіаобразу інтерв'ююваних	40
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Трансформація вітчизняного медіапростору в умовах повномасштабної війни зумовила кардинальну зміну каналів комунікації та інструментів просування творчого продукту. Через безпекові ризики та руйнування інфраструктури на території України не проводяться масштабні музичні фестивалі, які традиційно слугували ключовою платформою для інтеграції молодих артистів та музикантів-початківців у професійне шоу-бізнесове середовище. У цьому контексті домінантну роль перебрали на себе цифрові майданчики, стрімкі темпи розвитку та популяризації яких вимагають нових підходів до медіасупроводу виконавців.

Презентувати свій музичний таланти можна й на спеціальних платформах, які створюють для молодих виконавців та розвитку їхньої творчої діяльності. Зокрема, формат музичного (сонграйтерського) кемпінгу, хоч і є доволі відомим та популярним у світі, наразі трансформується в інноваційну для України модель колективної творчості. Динамічна поява нових треків у мережі актуалізує запит аудиторії на перевірену та глибоку інформацію про виконавців, їхні стратегічні плани та творчу айдентику. Ключову функцію у задоволенні цього запиту виконує жанр інтерв'ю, який дозволяє розкривати вже набуті професійні практики, виявляти плани на подальшу творчість та документувати творчий шлях молодих артистів безпосередньо в момент їхнього становлення.

Портретне інтерв'ю як ефективний жанр журналістики набуває особливої ролі в контексті сонграйтерських кемпів, де молоді співаки, музиканти та саундпродюсери працюють у тісній творчій спільноті. Через персональні історії учасників аудиторія отримує уявлення про їхні підходи до написання треків, особливості роботи над текстами та мелодіями, а також внутрішні мотиви, що спонукають до творчості. Відтак портретне інтерв'ю в межах кемпу стає інструментом не лише для формування медіаперсони

артиста, а й для популяризації нових музичних напрямків, демонструючи аудиторії, як народжуються оригінальні пісенні проєкти та творчі колаборації.

Актуальність теми зумовлена трансформацією музичної журналістики, яка в умовах війни перемістилася на цифрові платформи та потребує дієвих форматів для медіарепрезентації нових імен. Портретне інтерв'ю у цьому контексті є визначальним інструментом, що дозволяє не просто презентувати артиста, а й зафіксувати живий культурний процес.

Метою роботи є визначення особливостей портретного інтерв'ю як інструменту медіарепрезентації нових імен у музичній журналістиці. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- охарактеризувати музичну журналістику як складову сучасної культурної комунікації;
- визначити жанрову специфіку портретного інтерв'ю та виявити особливості журналістської роботи з героями в межах цього формату;
- окреслити роль сонграйтерського кемпу як новітнього формату професійної комунікації та майданчика для розвитку вітчизняного музичного продукту;
- обґрунтувати концепцію та поетапне створення авторської серії портретних інтерв'ю;
- проаналізувати особливості конструювання медіаобразу молодих виконавців у підготовленому циклі інтерв'ю.

Об'єкт дослідження – серія інтерв'ю з учасниками проєкту КЕМП 2.0 від музичної платформи «На її основі», опублікована на сайті Inform.zp.ua («Можливо все, просто треба хотіти і бути в правильних умовах»: музикантка Ксенія Костіна про відчуття музики та експерименти під час участі у сонграйтерському кемпі; «Я хочу бути просто щасливою» – співачка Yosyaa про пошук своєї ніші в музичній індустрії та вплив сонграйтерського кемпу на проєкт; «У мене немає образу, я така і є», – співачка Alice Change про свій стиль, підтримку фанів і зміни після сонграйтерського кемпу).

Предметом дослідження є жанрові особливості та етапи створення портретного інтерв'ю як інструменту конструювання медіаобразу молодих музикантів.

У процесі дослідження застосовувалися такі **методи**: аналізу і синтезу, порівняння, типології та класифікацій, описовий, метод інтерв'ю.

Методологічна і теоретична основа дослідження. Теоретичною основою для дослідження жанру інтерв'ю стали раці І. Михайлина, В. Дрешпака, М. Василенка, В. Іванова, Н. Сидоренко та інших дослідників журналістики. Окремо жанрологію портретного інтерв'ю, його структуру, функції та мовленнєві особливості досліджували В. Сікорська, І. Нєнов і В. Ногай.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в роботі здійснена одна із перших спроб проаналізувати особливості створення портретних інтерв'ю як інструменту медіареєзентації нових імен у музичній журналістиці.

Практичне значення. Матеріали бакалаврської роботи можуть бути використані під час подальших наукових розробок, а також при підготовці лекційних та семінарських занять із курсу «Мистецька журналістика: контент», «Піар і медіавиробництво», «Тенденції розвитку інтернет-журналістики».

Апробація результатів роботи. Апробація роботи була здійснена на Всеукраїнській студентській науковій онлайн-конференції «Актуальні проблеми журналістики» (Полтава, НУ ПНПУ імені В. Г. Короленка, 29 квітня, 2026 р.). Тема доповіді: «Портретне інтерв'ю як інструмент медіареєзентації нових імен у музичній журналістиці».

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Обсяг основної роботи – 54 сторінки. Список використаної літератури включає 40 найменувань (викладених на 5 сторінках).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю В МУЗИЧНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

1.1. Музична журналістика як напрям сучасної культурної комунікації

Музична журналістика поступово утверджується як окремий напрям наукових досліджень. Зростає кількість докторських праць, присвячених цій тематиці, а елементи вивчення музичної журналістики інтегруються в освітні програми з журналістики та музичного мистецтва. Саме інтелектуальна музична журналістика значною мірою сприяла формуванню культури популярної музики як об'єкта академічного вивчення. Німецький науковець К. Джеке, британський дослідник музичної журналістики М. Джеймс та австралійський дослідник популярної музики Е. Монтано [33] у своєму дослідженні зазначають, що музична журналістика поступово утверджується як окремий напрям академічних досліджень, хоча в межах студій популярної музики вона досі часто залишається другорядною темою.

У професійному журналістському середовищі музична журналістика тривалий час сприймалася як менш престижний напрям. Серед мистецьких жанрів музична журналістика також тривалий час залишалася менш авторитетною, поступаючись театральній та кінокритиці. У західному медійному середовищі, зокрема у США та Великій Британії, музична журналістика тривалий час залишалася на другорядних позиціях у культурному просторі. Водночас саме вона стала підґрунтям для багатьох журналістських трансформацій, зокрема розвитку «нової журналістики» та «гонзо-журналістики» у 1960–1970-х роках, а також журналістики «культу особистості» у 1980–1990-х роках. «Близько ста років тому вона виникла завдяки поступовому інтересу газет до музики як до однієї з «низових» форм

масової розваги. Через відсутність усталених попередників музична журналістика формувалася без чітких правил чи професійних стандартів і вважалася менш престижною порівняно, наприклад, із театральною критикою» [33].

Важливу роль у розвитку музичної журналістики відіграло поширення DIY-фанзинів у 1960-х роках. Через доступність такого формату музичну журналістику тривалий час сприймали як сферу, у якій «писати може будь-хто», що частково вплинуло на її нижчий статус у професійному журналістському середовищі. Сучасні дискусії навколо музичної журналістики дедалі частіше стосуються її ролі в цифрову епоху. Зокрема, в умовах розвитку інтернету музичних журналістів нерідко сприймають не як незалежних критиків, а як додатковий інструмент просування музичної індустрії.

Л. Мельник у дослідженні «Who Killed Classical Music Criticism: Social Strategies of Music Journalism Today» [34] порушує питання трансформації музичної критики та її місця в сучасному медіапросторі. Авторка наголошує, що поняття музичної критики та музичної журналістики не є тотожними. На її думку, сучасна музична критика переважно зосереджується на вузькоспеціалізованих темах і орієнтується на відносно однорідну аудиторію.

Музична журналістика функціонує в ширшому суспільному контексті, оскільки її матеріали охоплюють не лише мистецькі, а й соціальні, політичні та ідеологічні аспекти. Дослідниця підкреслює, що важливим показником статусу музичної журналістики є рівень уваги журналістів до суспільно значущих тем та публічного інтересу. На думку Л. Мельник, сучасні виклики частково витіснили традиційну музичну критику, однак водночас стали поштовхом до її переосмислення та розвитку [34]. Авторка виокремлює чотири основні стратегії культурної журналістики, які застосовуються і в музичній журналістиці: інформатизацію, персоніфікацію, дослідження та популяризацію. Ці стратегії вона співвідносить із базовими моделями зв'язків із громадськістю, запропонованими Грунігом і Гантом.

У дослідженні Л. Мельник [34] музична критика визначається як форма інтелектуальної діяльності, що передбачає аналіз та оцінювання актуальної інформації про музику з її подальшим публічним висловленням у різних формах. Музична журналістика, на думку авторки, є одним зі способів реалізації музичної критики в медіапросторі: «музична журналістика – це особливий вид творчої діяльності, спрямований на перетворення фактів, пов'язаних із подіями музичного світу, на їхній інформаційний еквівалент, тобто створення інформаційної моделі події чи явища. Як форма масової комунікації музична журналістика через медіа орієнтується на широку, анонімну та неоднорідну аудиторію» [34].

Історично музична критика найчастіше існувала у форматі друкованих публікацій, через що її почали ототожнювати з будь-якими актуальними повідомленнями про музичне життя, навіть якщо вони не містили критичної оцінки. Однак поняття музичної критики є значно ширшим за музичну журналістику. Воно охоплює не лише матеріали у медіа, а й різні форми публічного осмислення музики: дискусії, дебати, мистецькі зустрічі, анонси концертів і вистав, критичні есеї та спеціалізовані видання.

Музична журналістика охоплює широкий спектр тем, пов'язаних із культурною сферою. Йдеться не лише про рецензії чи оцінювання музичних творів, а й про висвітлення діяльності концертних залів і музичних закладів, конфліктів у творчому середовищі, питань авторського права, виплати роялті та інших суспільно важливих аспектів музичної індустрії. Робота з такими темами потребує від журналіста навичок аналізу, роботи з документами, проведення журналістських розслідувань і комунікації з представниками культурної сфери. Участь музичного критика у таких матеріалах не є обов'язковою, хоча його експертна оцінка може доповнювати журналістський матеріал.

Німецький теоретик музичної критики В. Браун у своїй «історико-критичній спробі визначення місця» музичної критики, аналізуючи три основні професійні типи музичного критика, не виокремлює журналіста як

окрему категорію. Елементи журналістської діяльності, на його думку, можуть бути притаманні кожному з цих типів:

«Критик – найдавніше визначення людини, яка описує музичні події, визначає їх і дає їм оцінку. Рецензент і консультант – найбільш уживані терміни з початку XIX століття. Роберт Шуман визначав «критиків» як «митців», а «рецензентів» – як «ремесників». Таким чином, уже в цьому контексті поняття «рецензування» як опису та категорія «ремесла» підштовхують до узагальнень на користь журналістики. Музичний письменник – термін, характерний для періоду після 1860 року. В. Браун спирається на подібні міркування Гуго Рімана та його Lexicon, де це поняття вживається найчастіше. Ним позначають діяльність як «рецензентів», так і авторів, які беруть участь у процесі критики або, точніше, займаються музичним письмом – створюють тексти про видатних і відомих особистостей, зокрема письменників чи композиторів, публікують статті про музику в періодиці або пишуть книги» [32].

На розмежування музичної критики та музичної журналістики вплинули як внутрішні процеси розвитку музичної культури, так і трансформації медіасередовища. З часом матеріали про музику перестали виконувати виключно інформаційну функцію та почали відігравати важливу роль у формуванні суспільних уявлень про культурні процеси й мистецькі явища. Поступова спеціалізація музичної критики сприяла тому, що музична журналістика розширила коло тем і почала активніше висвітлювати соціальні, культурні та комунікаційні аспекти функціонування музичної індустрії.

Матеріали, які публікуються в медіа, завжди спрямовані на досягнення певної мети. Вони можуть інформувати аудиторію, пояснювати та навчати, впливати на суспільні погляди й цінності або спонукати людей до конкретних дій і моделей поведінки. Сукупність таких завдань формує поняття цілеспрямованої масової комунікації. Як зазначає Л. Мельник: «На думку більшості дослідників, упродовж останніх десятиліть культурна журналістика загалом переживає кризу, пов'язану зі зниженням інтересу до «високого»

мистецтва (елітарної культури), а також із поступовим скороченням читацької аудиторії газет і втратою газетами домінуючої ролі як важливого джерела інформації» [34].

Попри кризові тенденції, медіа продовжують висвітлювати культурну тематику, поєднуючи традиційні рецензії з матеріалами альтернативного формату. Для сучасної музичної журналістики характерна орієнтація на актуальні події та факти, домінування практичної критики, а також широкий спектр авторів – від початківців до професійних музичних оглядачів і критиків. З позиції теорії комунікації музичну журналістику можна розглядати через її функції у системі мас-медіа та суспільства. У цьому контексті ключовими функціями музичної журналістики є інформаційна та освітня, оскільки матеріали про музику не лише інформують аудиторію, а й допомагають пояснювати мистецькі явища, поглиблювати знання та формувати інтерес до музичної культури. Така особливість пов'язана з природою музики як одного з найбільш абстрактних видів мистецтва, який часто потребує додаткового словесного осмислення та інтерпретації. Освітня функція музичної журналістики полягає не лише у поясненні та глибшому розкритті тем, а й у формуванні оцінок і суспільних уявлень щодо музичних явищ.

Освітня функція музичної журналістики зберігала свою важливість у різні історичні періоди, хоча змінювалися форми її реалізації, жанри та способи впливу на аудиторію. У XIX столітті музичні публікації переважно виконували роль соціального орієнтира й часто базувалися на суб'єктивних оцінках. На початку XX століття помітно зросла кількість матеріалів просвітницького характеру, а вплив музичної журналістики на громадську думку став більш стриманим і аналітичним [4].

У сучасному інформаційному суспільстві музична журналістика відіграє важливу роль у соціальній орієнтації аудиторії, адже саме медіа значною мірою впливають на формування культурних і музичних уподобань. Попри те, що музична журналістика часто асоціюється насамперед із розважальною

функцією, її значення не обмежується лише емоційним чи рекреаційним аспектом. Інформація про музику не лише забезпечує аудиторії відпочинок або емоційне задоволення, а й допомагає краще розуміти культурні процеси, орієнтуватися в музичному середовищі та формувати власне ставлення до мистецьких явищ. Одним із ключових викликів сучасної музичної журналістики є здатність заохочувати аудиторію не лише до аналізу чи оцінювання мистецьких явищ, а й до активного залучення в культурний процес [10].

В українському медіапросторі музична журналістика також поєднує інформаційну, критичну та просвітницьку функції. Особливого значення вона набула в умовах цифровізації медіа та активного розвитку онлайн-платформ, соціальних мереж і незалежних музичних видань. Українські музичні журналісти не лише висвітлюють нові релізи й діяльність артистів, а й беруть участь у формуванні культурних орієнтирів аудиторії, популяризації української музики та осмисленні сучасних музичних процесів у суспільному контексті [25].

Музична журналістика історично тісно пов'язана з музичною індустрією. Розвиток великих звукозаписних компаній і концертних агенцій став одним із важливих чинників професіоналізації музичної журналістики та розширення її впливу. Попри те, що музична індустрія й журналістика мають різні цілі та по-різному визначають цінність своєї діяльності, журналісти, пресагенти та представники лейблів постійно взаємодіють між собою. Музичні журналісти й сьогодні залишаються частиною процесу промоції артистів і музичних продуктів. Сама природа музичної критики та її основні функції передбачають необхідність розглядати музичну журналістику як відносно автономну систему, здатну зберігати власну незалежність і критичний підхід.

Науковиці А. Чернова та М. Бутиріна вказують на те, що: «функціональна специфіка роботи музичного журналіста полягає в тому, що він повинен не лише висвітлювати появу продуктів, поширених галуззю, а й

визначати їхню культурну цінність та відображати реакцію читацької аудиторії. Таким чином, з одного боку на музичного журналіста впливає позиція лейблів, які потребують тенденційного висвітлення музичних фактів, а з іншого, журналістські стандарти, які потребують збалансованого, незаангажованого погляду на продукти музичної індустрії» [30]. Науковиці вказують на те, що така подвійна природа взаємин нерідко призводить до конфліктів, особливо у випадках негативних рецензій на артистів чи музичні релізи, а також створює певну залежність журналістів від представників індустрії у питанні доступу до ексклюзивної інформації.

Музична журналістика функціонує у тісному зв'язку з музичною індустрією, однак між журналістами та представниками звукозаписних лейблів існує складна система професійних взаємин. Лейбли та промоутери орієнтовані насамперед на комерційне просування артистів і музичних продуктів, тоді як журналістика має зберігати баланс між інтересами аудиторії, редакційною політикою та критичним підходом до оцінювання музики. У цьому контексті музичний журналіст виступає не лише посередником між виконавцем і слухачем, а й своєрідним «фільтром» культурної та естетичної цінності музичного продукту. Саме тому звернення до художньої якості, актуальності та суспільного значення музики є важливим елементом професійної діяльності музичного журналіста. Водночас взаємодія між журналістами, пресагентами та представниками музичної індустрії значною мірою базується на неформальних контактах. Журналісти отримують доступ до нових релізів, пресматеріалів, інтерв'ю та ексклюзивної інформації ще до їх офіційного оприлюднення, що створює систему професійної взаємозалежності. Така співпраця може бути взаємовигідною, однак водночас породжує ризики втрати незалежності та конфлікту інтересів, особливо у випадках негативних рецензій або критичних матеріалів. Попри це, саме збереження незалежності оцінок і критичного підходу залишається однією з ключових умов функціонування музичної журналістики як автономної сфери культурної комунікації. Вибір журналіста для співпраці може залежати від

кількох чинників: його професійної спеціалізації, музичних уподобань або рівня авторитетності серед аудиторії [23].

Отже, музична журналістика є складним і багатофункціональним напрямом журналістської діяльності, що поєднує інформаційну, освітню, критичну та культуротворчу функції. У процесі свого розвитку вона поступово вийшла за межі виключно музичної критики та перетворилася на окрему сферу медіакомунікації, яка охоплює широкий спектр соціальних, культурних і суспільних тем. Попри тривале сприйняття музичної журналістики як менш престижного напрямку, саме вона стала важливим чинником розвитку сучасних журналістських практик та форм культурної комунікації. Сучасна музична журналістика функціонує в умовах тісної взаємодії з музичною індустрією, що зумовлює як нові професійні можливості, так і ризики втрати незалежності. Ключовими ознаками професійної музичної журналістики залишаються критичний підхід, орієнтація на суспільний інтерес, здатність формувати культурні орієнтири аудиторії та осмислювати музичні явища в ширшому соціокультурному контексті.

1.2. Портретне інтерв'ю: жанрова специфіка й особливості роботи з героями

Інтерв'ю, поєднуючи аналітичний та емоційний аспекти, стає важливим інструментом у вивченні сучасної музичної культури та процесів формування молодих талантів. В журналістиці інтерв'ю розглядається не лише як метод збору інформації, а й як жанр журналістського твору: «Основне завдання методу інтерв'ю полягає в отриманні необхідної інформації від особи-першоджерела, яка потім може бути опублікована у будь-якій формі у журналістських творах різних жанрів. Як жанр інтерв'ю найбільш доцільне для того, щоб представити людей, їхні погляди та отримати детальнішу інформацію щодо певного факту (фактів)» [8, с. 57].

У науковій літературі існує багато визначень інтерв'ю, кожне з яких лише частково відображає багатогранність і сталість цього інформаційного жанру. І. Михайлин дає таке визначення жанру інтерв'ю: «Це жанр, що подає суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста» [17, с. 380].

Сучасна журналістика активно використовує жанр бесіди – різновид інтерв'ю, у якому журналіст не обмежується короткими запитаннями, а обговорює, коментує та оцінює відповіді співрозмовника. У цьому жанрі до інформаційних завдань додаються аналітичні: висвітлюється не лише подія, а й роздуми особи, вивчається певна проблема. Бесіда дозволяє також розкрити людину як особистість, створити її професійний портрет і показати аспекти приватного життя. Тому елемент жанру бесіди допускається й у портретному інтерв'ю, а його типологія поступово охоплює інформаційний, проблемний і портретний різновиди.

Дослідники В. Іванов та Н. Сидоренко зазначають, що «Специфіка інтерв'ю як жанру полягає в тому, що факт, подія, явище, їх суспільно-політичне значення розкриваються через повідомлення, думку компетентного співбесідника, який володіє інформацією. Отримання її від очевидця через пряму мову створює відчуття достовірності» [11 с. 163]. Важливою жанровою рисою інтерв'ю є його діалогічність. Журналіст може ставити перед інтерв'юйованим різноманітні запитання, відповіді на які розкривають погляди певної особи на важливу проблему.

Необхідно враховувати формат інтерв'ю, який може бути текстовим, відео або аудіо, оскільки кожен із них має власні особливості та вимоги до структури. В електронних засобах масової комунікації інтерв'ю повинно бути цікавим і релевантним для цільової аудиторії, містити нові інформаційні елементи, висвітлювати соціально значущі питання та відповідати на запити споживачів контенту.

Науковці В. Сікорська, І. Ненов та В. Ногай [27] акцентують на тому, що побудова інтерв'ю в електронних засобах масової комунікації, зокрема в

соціальних мережах та на вебсайтах, має низку специфічних особливостей. Коротка тривалість інтерв'ю підвищує його ефективність, оскільки користувачі швидко перемикаються між різними видами контенту, тому слід зосереджуватися на ключових запитаннях та відповідях. Важливе значення має лаконічна та зрозуміла форма, яка може бути представлена як у текстовому, так і у відеоформаті, що сприяє утриманню уваги аудиторії. Активне використання мультимедійних елементів, таких як фотографії та відео, робить інтерв'ю більш привабливим та цікавим. Крім того, електронні платформи забезпечують інтерактивність, дозволяючи читачам задавати додаткові питання та обговорювати теми інтерв'ю. При цьому важливо враховувати специфіку цифрового середовища та характер платформи, на якій публікується матеріал, щоб забезпечити зручність споживання контенту та ефективну комунікацію з аудиторією.

Інтерв'ю, як і будь-який інший журналістський твір інформаційного жанру, стосується певного факту, що має бути актуальним, новим, важливим, цікавим для цільової аудиторії. Високий рівень володіння жанром інтерв'ю дає змогу журналісту набути такої фахової спеціалізації, як інтерв'юер. Мета інтерв'юера в тому, щоб отримати й повідомити читачеві нові, раніше не відомі деталі про суспільно значущий факт; проаналізувати подію, що вже трапилася; ознайомити з поглядами певних осіб; отримати рекомендації для цільової аудиторії, що робити за певної ситуації тощо. Інтерв'юер має бездоганно володіти технологією інтерв'ю, вміти знайти підхід до різних за характером і видом діяльності людей, кваліфіковано вести бесіди на найрізноманітніші теми.

Інформативність журналістського матеріалу забезпечується у процесі спілкування з компетентним і авторитетним носієм інформації шляхом отримання відповідей на ключові для інформаційного жанру запитання: «хто?», «що?», «коли?», «де?», «як?», «чому?» та «звідки?». Надання цих відповідей безпосередньо від співрозмовника автора дозволяє аудиторії сформулювати максимально повне уявлення про висвітлюваний факт.

Український журналістикознавець М. Василенко називає інтерв'ю інформаційним жанром, а серед форм – колективне інтерв'ю (круглий стіл, прес-конференція), інтерв'ю-монолог (як вид – офіційне протокольне), інтерв'ю-звіт, портретне інтерв'ю (інтерв'ю-замальовка), гумористичне інтерв'ю [1, с. 161-170]. Взаємодіяційні та взаємоперехідні процеси між жанрами породжують нові форми журналістського інтерв'ю, зокрема інформаційне та аналітичне інтерв'ю, інтерв'ю-повідомлення, бесіду, інтерв'ю-анекдот, гумористичне інтерв'ю, портретне інтерв'ю та інтерв'ю-замальовку.

Науковці В. Сікорська, І. Нєнов та В. Ногай [27] відносять інтерв'ю-портрет у медіаінформаційному просторі до ключових жанрів журналістики: «Цей мовний діалогічний жанр поєднує в собі характеристики інтерв'ю та портрета, дозволяючи журналістам не тільки розкрити особистість інтерв'юваної особи, але й зробити це через активний діалог, що додає глибини та виразності». Інтерв'ю-портрет фіксує думки та досвід інтерв'юваної особи та сприяє формуванню у аудиторії уявлення про її професійні та особистісні характеристики, виконуючи функцію ефективного засобу комунікації й впливу на суспільство.

Особливістю портретного інтерв'ю є те, що воно орієнтоване на особистість співрозмовника, його внутрішній світ, цінності та мотиви. Завдяки цьому жанр дозволяє зафіксувати індивідуальність артиста-початківця, створюючи комплексне уявлення про нього, яке виходить за межі суто професійних досягнень. Журналіст, працюючи у форматі портретного інтерв'ю, не лише фіксує фактологію творчого шляху, а й передає характер, емоції та творчі пріоритети молодого артиста, що формує його впізнаваний образ у медіапросторі.

Крім того, портретне інтерв'ю є ефективним засобом формування медіаперсони артиста. Через детальні розповіді про навчання, експерименти зі звуком, музичні вподобання та джерела натхнення аудиторія отримує можливість ближче познайомитися з особистістю, а не лише з продуктом її

творчості. Такий підхід допомагає молодим музикантам не просто заявити про себе, а створити стійкий образ, який сприймається як цілісний та емоційно достовірний. У таких умовах жанр портретного інтерв'ю дозволяє зафіксувати не лише результати спільної роботи, а й процеси взаємодії, обміну ідеями та експериментування зі звуком.

Портретне інтерв'ю є одним із ключових жанрів, через який у медіапросторі реалізується презентація особистості музиканта. У цьому контексті доцільним є визначення поняття музичної журналістики, як окремого напрямку журналістської діяльності. І. Панасов – музичний критик, головний редактор Cultprostir та Karabas Live у минулому, один із медійників, які зробили внесок у розвиток української музичної журналістики. Він розглядає музичну журналістику, як спеціалізований напрям журналістської діяльності, який передбачає пошук, опрацювання та поширення інформації про музичне мистецтво, виконавців, і музичні явища засобами масової комунікації [23]. Розглядаючи портретне інтерв'ю як жанрову форму музичної журналістики, доцільно детальніше дослідити його структуру.

Як зазначають науковці В. Сікорська, І. Нєнов та В. Ногай [27], структура інтерв'ю-портрета може варіюватися залежно від контексту та мети, проте загалом включає кілька ключових елементів:

- основна частина – найоб'ємніша частина інтерв'ю, під час якої журналіст ставить запитання та дізнається детальну інформацію про життя та діяльність людини, про яку складається портрет;
- завершальна частина – журналіст може поставити додаткові запитання, відповідно до потреби, та дізнатися про плани на майбутнє інтерв'юваної особи;
- висновок – підсумок інтерв'ю. Журналіст може коротко викласти свої враження та дати загальну характеристику інтерв'юваної особи.

Метою інтерв'ю-портрета є створення цілісного образу героя та розкриття його характеру. Така форма дозволяє дослідити особистість із різних аспектів, надаючи аудиторії глибоке розуміння життєвого шляху та

професійних досягнень інтерв'ююваної особи, а також стимулює й мотивує досягнення власних цілей.

Інтерв'ю-портрет сприяє глибшому розумінню аудиторією шляхів досягнення успіху та подолання життєвих труднощів інтерв'ююваної особи. Воно дозволяє представити конкретну людину як цілісну індивідуальність із унікальними рисами та характером, що може надихати і мотивувати аудиторію. Крім того, інтерв'ю-портрет корисне й для самої особи, оскільки надає можливість поділитися власною історією та досвідом із широкою аудиторією, підвищуючи власний вплив і авторитет.

Науковці В. Сікорська, І. Нєнов та В. Ногай [27] зазначають що інтерв'ю-портрет як діалогічний жанр в українському медіапросторі характеризується низкою мовленнєвих особливостей, що визначають спосіб представлення інтерв'ююваної особи. До них належать:

- діалогова форма – основна особливість інтерв'ю-портрету є наявність діалогу між журналістом та інтерв'ююваною особою, що створює враження живої бесіди, яка наближає читача до інтерв'ююваної особистості;
- розмовний стиль мови – у діалогічних інтерв'ю-портретах може вживатися більш розмовна та природна мова, а не формальний стиль, що створює враження натуральності та близькості;
- глибоке розкриття особистості – інтерв'ю-портрет часто спрямоване на детальне вивчення особистості, її внутрішнього світу та життєвого шляху. У зв'язку з цим мовлення може бути більш емоційним, ніж у звичайних новинних матеріалах або стандартних інтерв'ю;
- виразність мовлення – журналіст робить акцент на виразності мовлення інтерв'ююваної особи, що дозволяє їй висловлювати думки та почуття яскраво й ефективно;
- використання літературних засобів – у цьому жанрі доцільно активно використовувати метафори, порівняння, символи та інші літературні засоби для створення образності, передачі емоцій і вражень;

- збереження автентичності – журналіст намагається не втручатися у висловлювання інтерв'ююваної особи та не змінювати її відповіді. Саме автентичність мовлення передає справжні почуття, спонтанність та щирі емоції;
- показові цитати – ключові фрази та цитати інтерв'ююваної особи, що найбільш точно відображають її особистість, думки та відчуття, можуть виділятися та використовуватися як заголовки або окремі абзаци в тексті;
- психологічний аналіз особистості – можливе проведення журналістом психологічного аналізу особистості інтерв'ююваної особи з урахуванням її реакцій на запитання, емоційного стану, мотивації та поглядів;
- описовість – діалогічні інтерв'ю-портрети можуть включати описи сцен і подій, що сприяють кращому уявленню читачами обставин спілкування інтерв'ююваної особи та журналіста.

Отже, портретне інтерв'ю дає змогу представити героя не лише через факти його біографії чи професійні досягнення, а й через особистий досвід, емоції та систему цінностей. Ефективність цього жанру значною мірою залежить від рівня підготовки журналіста, його здатності встановити контакт із респондентом і створити умови для відкритої розмови. Завдяки цьому портретне інтерв'ю дозволяє сформувати цілісний медіаобраз особистості та є одним із найбільш результативних жанрів для презентації молодих артистів у музичній журналістиці.

Підготовка до інтерв'ю є важливим етапом роботи журналіста і передбачає дотримання професійних та етичних стандартів. Вона включає ґрунтовне вивчення теми, аналіз фактів і контексту події, а також підготовку запитань. Такий підхід допомагає уникнути непорозумінь, економити час інтерв'ююваного та сприяє більш ефективному проведенню розмови, зосередженій на головній темі матеріалу.

Перед початком інтерв'ю важливо узгодити з героєм тему розмови, визначити межі та «табу» питань, а також повідомити про право припинити бесіду у будь-який момент. Особлива увага приділяється роботі з людьми, які

пережили травмуючі події. Кожна історія має бути представлена з повагою та увагою до індивідуального досвіду співрозмовника.

За І. Михайлиним підготовка до інтерв'ю включає в себе декілька етапів: загальну підготовку, конкретну та психологічну [17, с. 333-335]. Загальна підготовка триває протягом усього професійного життя і полягає у формуванні власної особистості, розвитку ерудиції та навичок спілкування, необхідних для роботи з різними людьми. Конкретна підготовка передбачає вивчення теми майбутньої розмови, ознайомлення з проблематикою та спеціальною літературою, що дозволяє журналісту впевнено орієнтуватися в предметі інтерв'ю. Важливою також є психологічна підготовка, яка включає налаштування на бесіду, вибір часу і місця, формування відповідного іміджу та гнучку поведінку під час спілкування. Журналіст повинен вміти швидко реагувати на поведінку співрозмовника, обирати ефективні комунікаційні стратегії та створювати умови для його максимальної відкритості. Таким чином, підготовка до інтерв'ю поєднує особистісний розвиток, професійні знання та психологічну готовність до роботи.

Робота журналіста з героями інтерв'ю є складним і багатовимірним процесом, що потребує ґрунтовної підготовки, чутливості та неухильного дотримання професійно-етичних норм. Якість і ефективність інтерв'ю значною мірою визначаються здатністю журналіста налагодити довірливу комунікацію з інтерв'юйованим, глибоко осмислити його досвід і коректно представити його аудиторії.

Початковим етапом цього процесу є підготовка до інтерв'ю, яка передбачає комплексне вивчення теми та особистості героя. Журналісту необхідно зібрати максимально повну інформацію про інтерв'юйованого, його професійну діяльність, досягнення, а також контекст, у якому він функціонує. Такий підхід сприяє формулюванню змістовних, релевантних і логічно вмотивованих запитань, що забезпечують глибше розкриття обраної теми. Журналістка І. Славінська зазначає, що підготовка до ефіру зумовлюється тематикою та форматом програми, однак у будь-якому випадку передбачає

грунтовне опрацювання матеріалів і попереднє структурування майбутньої розмови: «Недбалість неможливо приховати. У тому, як ви формулюєте запитання, як апелюєте до контексту, завжди відчутно, чи ви «плаваєте» в темі. До цього аудиторія чутлива» [31].

Під час інтерв'ю журналіст має проявляти емпатію, уважно слідкувати за перебігом розмови та демонструвати повагу до респондента і його історії. Водночас важливо зберігати фокус на головній меті інтерв'ю та спрямовувати бесіду так, щоб отримати необхідну інформацію для підготовки матеріалу. Важливим аспектом проведення інтерв'ю є формування комфортної психологічної атмосфери для співрозмовника. Комунікація має набувати форми невимушеної розмови, а не формалізованої співбесіди. Це сприяє встановленню довірливих відносин між журналістом й інтерв'юйованим, що, у свою чергу, забезпечує відкритість співрозмовника та його готовність ділитися особистим досвідом і переживаннями. Польська кореспондентка Г. Закшевська рекомендує журналістам ставити себе на місце інтерв'юйованого та замислюватися над тим, які чинники можуть сприяти його відкритості під час спілкування. Вона акцентує увагу на значенні зовнішнього вигляду журналіста, його манери комунікації, а також демонстрації щирого інтересу до особистості співрозмовника. Дослідниця також зазначає, що в окремих випадках доцільно тимчасово відмовитися від формалізованих інструментів, зокрема мікрофона, на користь неформального спілкування або навіть участі в повсякденній діяльності інтерв'юйованого з метою встановлення довірливих взаємин: «Я не приходжу на інтерв'ю, не саджаю його за стіл і не чекаю відповіді на свої запитання. Щонайменше з героєм я провела чотири години. З них вийшло 14 хвилин власне радіорепортажу. А буває, що я повертаюся до свого героя через декілька місяців чи навідуюся регулярно» [3].

Особливо важливим етапом є налагодження комфортної комунікації з героєм інтерв'ю. Часто атмосфера, у якій відбувається розмова, визначає рівень відкритості співрозмовника та глибину розкриття теми. Значущим фактором є також формулювання запитань: вони мають бути відкритими,

стимулювати розгорнуті відповіді та сприяти повнішому висвітленню предмета обговорення. Водночас журналіст повинен бути готовим до імпровізації, коригуючи хід бесіди відповідно до відповідей інтерв'юйованого.

Наступним етапом роботи з інтерв'юйованим є врахування емоційної складової інтерв'ю, що вимагає від журналіста підвищеної чутливості та тактовності. Журналіст повинен бути уважним до психологічного стану співрозмовника, надавати йому підтримку та створювати умови для вільного висловлення думок і переживань. Важливо забезпечити співрозмовнику відчуття контролю над ситуацією: він має усвідомлювати можливість у будь-який момент припинити інтерв'ю або зробити паузу, якщо обговорювана тема є емоційно складною.

У певних ситуаціях доречним є виявлення співчуття чи підтримки, що підкреслює гуманістичний вимір журналістської діяльності. Водночас такі прояви повинні бути виваженими та відповідати контексту розмови. Нерідко ефективною комунікативною стратегією є стримана присутність і уважне слухання, що сприяє встановленню довіри між журналістом і співрозмовником: «Переважно тримаю дистанцію, щоб вони відчували це. Я колись переймалася кожним героєм, не могла спати вночі. Підтримувала з усіма зв'язок. Але це мені шкодило» [3], – підкреслює Г. Закшевська.

Дотримання етичних норм є невід'ємною складовою професійної діяльності журналіста. Зокрема, необхідно завчасно повідомити інтерв'юйованого про здійснення запису інтерв'ю та отримати його згоду. Важливим також є попереднє інформування співрозмовника про подальшу публікацію матеріалу в засобах масової інформації, оскільки не всі респонденти повною мірою усвідомлюють масштаби поширення особистої інформації. Таким чином, опитуваний має бути готовим до можливого суспільного резонансу, зокрема до коментарів і реакцій аудиторії. Окрему увагу слід приділяти точності відтворення висловлювань інтерв'юйованого, недопущенню їхнього спотворення чи викривлення змісту.

Журналістка MediaPort А. Гін серед рекомендацій у підготовці до інтерв'ю рекомендує не надсилати запитання наперед: «Оскільки цим ви даєте людині зрозуміти, що під час інтерв'ю лише про це й ні про що інше не питатимете» [7]. У таких випадках інтерв'юваний може зауважити на зміст запитань, і розмова ризикує стати надто формальною, наче зачитуванням підготовленого списку. Для підтримки живої бесіди журналіст може коротко окреслити теми, які його цікавлять, наприклад, повсякденні події, поїздки чи нові досягнення героя інтерв'ю. Слід пам'ятати, що бажання інтерв'юваного ознайомитися із запитаннями не завжди означає небажання обговорювати складні теми; найчастіше це свідчить про прагнення підготуватися до розмови, зібрати матеріали або перевірити факти.

Перед початком інтерв'ю журналістка А. Гін [7] рекомендує обов'язково повідомити співрозмовника про використання диктофона. Часто після його ввімкнення інтерв'юваний може закритися, тому важливо підтримувати розмову й пояснити, що запис не обмежує свободу висловлювань і у разі потреби можна вирізати будь-які фрагменти. Доцільно домовитися про умовні позначки, наприклад, коли герой інтерв'ю хоче щось сказати «не для запису», щоб він міг вільно ділитися думками. «Трапляються герої, що просто бояться запису розмови на диктофон», – підкреслює А. Гін [7]. Якщо співрозмовник відчуває занепокоєння щодо запису, варто уточнити причини його побоювань і пояснити, що диктофон допомагає точно відтворити його слова, уникнути помилок у цифрах або фактах, а також забезпечує можливість подавати прямі цитати без інтерпретації. Необхідно також заздалегідь повідомити, що після обробки інтерв'ю запис буде видалено, що особливо важливо для тих, хто хвилюється через можливий компромат.

Крім того, А. Гін [7] зауважує, що надсилати текст на повну вичитку герою інтерв'ю не завжди доцільно: це часто призводить до спрощення або цензурування важливих деталей і може зробити матеріал нудним. Водночас журналіст самотійно несе відповідальність за точність і публікацію тексту,

тому рішення про випуск матеріалу без згоди інтерв'юйованого є частиною професійної відповідальності.

Отже, ефективна робота з героями інтерв'ю ґрунтується не лише на професійних навичках журналіста, але й на його здатності діяти відповідально, тактовно та з урахуванням етичних принципів. Встановлення довірливих відносин між журналістом і інтерв'юйованим є визначальним чинником створення глибоких, змістовних і достовірних інтерв'ю. Журналіст має ретельно та всебічно підготуватися до інтерв'ю, зібрати доступну інформацію про співрозмовника. Робота з темою передбачає глибоке ознайомлення з предметом розмови. Розуміння теми дає змогу журналісту ставити змістовні запитання, тримати фокус на головному. Подія чи проблема мають становити інтерес для аудиторії.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МЕДІАОБРАЗУ МУЗИКАНТІВ-ПОЧАТКІВЦІВ

2.1. Сонграйтерський кемп як сучасний формат професійної комунікації та генерації музичного продукту

Повномасштабне вторгнення, попри парадоксальність, стало чинником активізації розвитку української музичної індустрії. Відмова більшості українців від російського контенту та припинення гастролей іноземних артистів створили сприятливі умови для розвитку українських виконавців. У період воєнних дій важливого значення набуває збереження та розвиток української культури, зокрема через музичну творчість молодих виконавців. Саме вони формують сучасний культурний наратив, відображаючи актуальні суспільні настрої. Музика в цьому контексті не лише засіб самовираження, а й інструмент культурної ідентифікації та комунікації, який сприяє єдності суспільства. Підтримка і популяризація творчості молодих виконавців дозволяє зберігати культурну спадщину і водночас адаптувати її до нових умов. Формат сонграйтерських кемпів давно відомий у світі і є новим для України.

Сонграйтерські кемпи є поширеною практикою створення музичного контенту і налагодження професійної співпраці між учасниками. Відомі приклади успішних світових успішних сонграйтерських проєктів:

- ASCAP Song Camp (США), що організовується Американським товариством композиторів, авторів і видавців [35];
- Red Bull Songwriting Camps – міжнародний формат творчих таборів для музикантів з різних країн, де у співпраці та експериментах учасники створюють нову музику [36];
- Spotify Songwriting Camps (міжнародні) платформа Spotify організовує кемпи для авторів і продюсерів, часто для конкретних ринків

(наприклад, Nordic, Latin, K-pop). Мета – створення контенту для платформи та підтримка нових талантів [37];

- популярні сонграйтерські кемпи у скандинавських країнах: The Woods Norway та Song Farm (Норвегія), Musikmakarna та STIM (Швеція), Koda Kultur (Данія), Song Castle (Фінляндія) [38].

В Україні сонграйтерські кемпи організовує музична платформа «На її основі» [39], яка сприяє молодим і ще мало відомим широкому загалу українським музикантам, співакам та саундпродюсерам у популяризації їхньої творчості. Сонграйтерський кемп – це творчий інтенсив, під час якого автори пісень, композитори та саундпродюсери збираються на кілька днів для спільного створення музики у колабораціях. Учасників ділять на невеликі команди, у які входять вокаліст, музикант і саундпродюсер, і кожна група має завдання написати пісню за обмежений час (один трек на день).

Сонграйтерські кемпи зазвичай проводять у замських будинках, студіях або мальовничих локаціях, що сприяє концентрації учасників на творчому процесі та допомагає відволіктися від повсякденних справ. Мета таких заходів може бути різною: створення музичного матеріалу для конкретних виконавців відповідно до запиту лейблу, поповнення каталогу музичного видавництва або пошук нових творчих партнерів. Важливою особливістю кемпів є колаборація та обмін ідеями між учасниками, завдяки чому створюються музичні твори, які навряд чи могли б з'явитися в результаті індивідуальної роботи. Для музикантів участь у сонграйтерському кемпі відкриває широкі можливості для професійного розвитку: сприяє налагодженню творчих контактів, допомагає подолати творчі труднощі завдяки командній роботі та чітким дедлайнам, а також надає змогу спостерігати за роботою інших професіоналів у реальному часі, переймаючи їхній досвід і практичні навички.

Музичні кемпи є сучасним форматом творчого нетворкінгу, у межах якого відбувається взаємодія молодих талантів і досвідчених представників музичної індустрії, зокрема саундпродюсерів і сонграйтерів. Основною метою таких заходів є створення нових музичних продуктів у різних жанрах, зокрема

pop, alternative, hip hop, R&B, funk та soul, шляхом колективної роботи та обміну професійним досвідом [39]. Такий формат передбачає організацію відкритого конкурсного відбору (open call), за результатами якого формується обмежена група учасників – до 15 осіб. Протягом визначеного періоду (зазвичай п'яти днів) вони залучаються до інтенсивного творчого процесу та працюють у малих групах під керівництвом менторів – професіоналів музичної сфери. Це забезпечує поєднання практичного навчання зі створенням музичного контенту.

Організаційна структура музичного кемпу від платформи «На її основі» охоплює кілька етапів. Початковий етап передбачає прибуття учасників, знайомство з організаторами та менторами, а також налагодження робочої комунікації. Основний етап полягає у творчій роботі: учасники об'єднуються у групи (як правило, по три особи) та виконують завдання зі створення музичних композицій. Важливим елементом є регулярні обговорення результатів у форматі джем-сесій і неформальних прослуховувань, що сприяє розвитку навичок критичного аналізу та командної взаємодії. Окрему роль відіграє освітня складова програми, яка реалізується через лекції та майстер-класи, присвячені як творчим аспектам, так і функціонуванню музичного бізнесу. Учасники отримують комплексні знання, що поєднують теоретичні та практичні підходи.

Завершальний етап кемпу передбачає підбиття підсумків і відбір найкращих музичних робіт. Обрані композиції можуть бути доопрацьовані, записані та випущені за підтримки організаторів і партнерських структур. Водночас процес створення музичного продукту супроводжується фіксацією внеску кожного учасника, що має значення для подальшого врегулювання авторських прав.

Відбір учасників здійснюється у два етапи: технічний і кваліфікаційний. На першому перевіряється відповідність формальним вимогам, на другому оцінюються професійні навички, досвід, мотивація, креативність та відповідність музичного стилю концепції проєкту. До участі допускаються

виконавці, музиканти та продюсери, які мають практичний досвід у музичній діяльності та здатні ефективно працювати в команді.

Важливим аспектом функціонування музичних кемпів є регулювання прав інтелектуальної власності. У процесі спільної роботи фіксується внесок кожного учасника у створення музичного твору, що враховується під час подальшої дистрибуції. Матеріали, створені в межах кемпу, перебувають під управлінням організаторів, що передбачає погодження їх використання.

У теорії класичного маркетингу продуктом вважається все, що пропонується для придбання або використання з метою задоволення потреб людини [4]. Продукт характеризується властивостями товару, зокрема можливістю обміну, реалізації, продажу та модифікації. Одним із різновидів продукту, що формується у сфері соціокультурних послуг, є музичний продукт [5].

Музичний продукт – це результат творчої, духовної та інтелектуальної діяльності композитора, аранжувальника, виконавця або творчого колективу (вокального, хорового чи оркестрового). Його також можна розглядати як послугу, що створюється та тиражується у процесі соціокультурної діяльності й спрямована на задоволення творчих, духовних і дозвіллевих потреб аудиторії. У матеріалізованій формі музичний продукт постає як музичні твори різних видів і жанрів, а також як процес надання соціокультурної послуги – демонстрація чи прослуховування аудіопродукту (аудіоальбомів, фонограм), що на практиці реалізується через організацію концертів, театральних і циркових вистав, шоу-програм, а також із використанням комп'ютерних технологій [4, с. 130].

У процесі реалізації в соціокультурній сфері музичний продукт набуває властивостей і функцій послуги. Під час його створення та поширення доцільно враховувати ключову характеристику – нематеріальний характер, притаманний усім послугам і такий, що відрізняє їх від матеріальних продуктів виробничих галузей [5].

Реалізація нематеріального музичного продукту поза місцем його створення (фестивалі, гастролі, виїзні концерти, вистави, шоу) фактично формує новий продукт у вигляді комплексу соціокультурних послуг. Це передбачає створення відповідних умов, зокрема наявність музичних інструментів, технічного забезпечення та спеціалізованих приміщень, необхідних для організації фестивальних заходів [9].

Національний музичний продукт, представлений у форматі фестивалю, впливає на розвиток соціокультурного середовища та виконує низку важливих функцій. Зокрема, він сприяє формуванню національної музичної ідентичності, розвитку фестивальної індустрії, збереженню культурної самобутності в умовах глобалізації, а також забезпечує цілісність і розвиток композиторської, виконавської, продюсерської, рекламно-інформаційної та фестивальної діяльності. Крім того, такий формат сприяє популяризації національного музичного мистецтва на внутрішньому й міжнародному ринках у різних культурних формах, підтримує розвиток культурної індустрії та забезпечує задоволення культурно-дозвілєвих потреб населення [15, с. 50].

Формат музичного фестивалю не тотожний сонграйтерському кемпу, але деякі паралелі очевидні: кемп це музичний захід, спрямований на різножанрові виступи та інструментальні змагання між учасниками, які знаходяться в однакових умовах, мають ті самі завдання та час на їх виконання. Підсумком цих робіт став музичний альбом під назвою «КЕМП 2.0 На її основі», до якого увійшло 19 треків [18]. Альбом доступний для прослуховування на стрімінгових платформах, таких як Spotify, Apple Music та YouTube, які відіграють ключову роль у споживанні музики онлайн.

Крім того, оскільки мережа магазинів «Аврора» є партнером музичної платформи «На її основі», деякі треки з записаного альбому можна почути в ефірі радіо «Аврора». Радіостанція є унікальним медіа-ресурсом, що протягом 12-годинного ефіру транслює виключно українську музику. Музичні твори українських виконавців та учасників платформи транслюються у понад 1 700 торгових точках мережі «Аврора», що забезпечує охоплення більш ніж 45

мільйонів відвідувань на місяць [24]. Платформа підтримує відповідальний підхід до авторських винагород. Співпраця з Українською агенцією з авторських та суміжних прав (УААСП) гарантує виплати авторських гонорарів усім музикантам, чия творчість представлена на ресурсі.

Отже, сонграйтерський кемп є не лише простором для створення музичних творів, а й важливим середовищем професійної комунікації між представниками музичної індустрії. Спільна робота над музичним матеріалом, обмін досвідом та взаємодія з менторами сприяють професійному розвитку учасників і формуванню нових творчих зв'язків. Саме тому сонграйтерські кемпи можуть розглядатися як один із сучасних механізмів підтримки молодих артистів, їхньої медіареєстрації та інтеграції у професійне музичне середовище. У цьому контексті досвід учасників кемпу становить інтерес не лише для музичної індустрії, а й для музичної журналістики, яка фіксує та популяризує такі творчі практики.

2.2. Серія портретних інтерв'ю: концепція, етапи створення

Дослідження інтерв'ю в медіа-просторі викликають значний інтерес серед українських науковців і сприяють підвищенню стандартів журналістики як в національному, так і в міжнародному контексті. Для інтерв'ю у текстовому вигляді журналіст заздалегідь формулює питання, літературно опрацьовує текст, може скорочувати фрази співбесідника, робити відповіді чіткішими, може переписати або змінити форму своїх запитань. Оскільки читач сприйматиме інформацію вже в обробленому вигляді, задачею журналіста є опрацьовувати матеріал так, щоб передати автентичність героя, особливості його мовлення, характер. Розставити акценти так, як робив це інтерв'юований під час бесіди.

Основою практичної частини бакалаврської роботи стало створення авторської серії портретних інтерв'ю з учасниками сонграйтерського КЕМПу 2.0 від музичної платформи «На її основі». Концепція проєкту полягала у

медіарепрезентації молодих представників української музичної сцени через розкриття їхніх особистих історій, творчого шляху та професійного досвіду участі в сонграйтерському кемпі. На відміну від новинних публікацій, які переважно повідомляли про проведення кемпу та його результати, серія інтерв'ю була спрямована на дослідження впливу проєкту на творчий розвиток його учасників, а також на створення цілісних медіаобразів молодих артисток. Об'єднуючим елементом усіх матеріалів стала тема професійного становлення музикантів та роль сонграйтерського кемпу як простору творчої взаємодії, самореалізації й пошуку власного музичного стилю.

Підготовка до проведення серії інтерв'ю з учасниками сонграйтерського кемпу складалась із декількох етапів. Першим кроком для створення інтерв'ю був вибір теми для висвітлення та формату, який найкраще її розкриє. З самого початку ми обрали жанр портретного інтерв'ю, оскільки він розкриває особистості героя. У центрі такого жанру перебувають життєвий і творчий досвід співрозмовника, його погляди, емоції, цінності та індивідуальні риси, що дозволяє сформувати цілісний медіаобраз людини та представити її аудиторії не лише як фахівця чи виконавця, а як особистість.

Оскільки в межах дослідження готувалася серія інтерв'ю, важливо було обрати тему, спільну для всіх героїнь, таку, що потребує детального розкриття та дослідження впливу на творчий і професійний розвиток учасниць. З огляду на це темою серії було обрано сонграйтерський кемп, який проходив з 29 березня до 4 квітня 2025 року і в якому взяли участь усі героїні інтерв'ю. Значущість цього досвіду для учасників кемпу виявилася недостатньо висвітленою в медіа. Більшість публікацій обмежувалися повідомленням про проведення кемпу, коротким представленням деяких учасників і учасниць та інформацією про альбом, до якого увійшли створені під час проєкту треки (ДОДАТОК А). Водночас ці матеріали майже не розкривали учасників як особистостей і не містили рефлексій щодо впливу кемпу на їхню творчість та професійний розвиток.

Це свідчить про недостатню кількість детальних журналістських матеріалів, які б пояснювали контекст події та її значення. Актуальність теми підсилюється тим, що музична платформа «На її основі» проводить нові сонграйтерські кемпи, тобто подібні проєкти можуть і надалі впливати на розвиток молодих музикантів і появу нових імен у музичній індустрії України. Тому важливо було розповісти про досвід учасників попереднього кемпу, умови їхньої роботи та вплив цього проєкту на їхню творчість і розвиток.

Наступним етапом у підготовці серії портретних інтерв'ю став пошук та відбір героїв. У нашому випадку основним джерелом комунікації була піарниця музичної платформи «На її основі», яка здійснила первинну комунікацію з учасниками сонграйтерського кемпу та уточнила їхню готовність до участі в інтерв'ю. Після цього вона надала контакти тих, хто погодився поділитися досвідом. Іншими способами пошуку героїв не користувалися, оскільки взаємодія будувалася виключно через представника музичної платформи. Такий підхід забезпечив впорядкований процес відбору інтерв'ююваний і дозволив зосередитися на тих учасниках, які були відкриті до розмови та готові розповісти про свій досвід участі в кемпі.

Одним із важливих аспектів підготовки серії інтерв'ю стало встановлення контакту з інтерв'ююваними. Цей етап не викликав значних труднощів, оскільки учасниці сонграйтерського кемпу були загалом відкриті до спілкування. Це пояснюється тим, що участь у проєкті залишила переважно позитивні враження через нові професійні знайомства, досвід командної роботи та нові треки. Одна з героїнь саме під час кемпу перейшла в інший музичний стиль, у якому раніше не працювала. Загалом експериментальний формат роботи сприяв розкриттю творчого потенціалу учасниць і став поштовхом до їхнього професійного розвитку, що й зумовило їхню готовність до відкритої розмови з журналістом.

Героїнями серії інтерв'ю стали три учасниці сонграйтерського кемпу: клавішниця Ксенія Костіна і дві співачки – Yosyaa (Ярослава) та Alice Change (Тетяна). Вибір саме цих героїнь зумовлений їхньою активною участю в роботі

кемпу та різним творчим досвідом. Yosyaa співачка-початківця, тоді як Alice Change вже має сценічний досвід, музичні релізи, відеокліпи, проходила відбори до музичних талант-шоу. Така різниця в професійному рівні учасниць дозволила представити більш різнопланові історії в межах одного проєкту. Кожна мала власний досвід у музиці та різний рівень професійного розвитку, що дало можливість розкрити специфіку впливу кемпу на різні типи музикантів. Тому серія інтерв'ю охоплює як інструментальний, так і вокальний досвід, а також демонструє різні траєкторії творчого зростання учасниць після участі в проєкті.

Інтерв'ю з учасницями сонграйтерського кемпу, проведені після його завершення, ґрунтуються переважно на особистих спогадах і рефлексіях інтерв'юйованих, оскільки журналіст не був безпосереднім спостерігачем творчого процесу під час проведення проєкту. Основна увага зосереджується на особистому досвіді інтерв'юйованих, їхніх враженнях і рефлексіях щодо участі в кемпі. Оскільки учасниці проживають у різних регіонах України, інтерв'ю проводилися дистанційно і були єдино можливим способом збору інформації. Такий формат вимагає чітких і продуманих запитань задля отримання змістовних відповідей про творчий процес, атмосферу кемпу та взаємодію між учасниками.

Комунікація з героїнями інтерв'ю відбувалась через месенджер Telegram та сервіс відеотелефонного зв'язку Google Meet. Під час відеозустрічі для запису аудіоматеріалу використовувався диктофон, про що респонденти були попереджені та надавали згоду на запис розмови. Цей підхід забезпечив дотримання етичних норм журналістської діяльності та сприяв точності відтворення отриманої інформації, цитат і фактів. Водночас героїні інтерв'ю були попереджені про подальшу обробку отриманої інформації у формат інтерв'ю-портрета з можливими коригуваннями прямої мови. Також героїні інтерв'ю були попереджені про використання інтерв'ю в межах бакалаврської роботи та публікації на сайті Inform.zp.ua. Візуальні матеріали для інтерв'ю були надані учасницями серії інтерв'ю.

При підготовці до кожного інтерв'ю ми збирали інформацію про героїнь у соціальних мережах і на платформі YouTube. Були проаналізовані публікації на особистих профілях в соцмережах. Проводився аналіз публікацій медіа, які висвітлювали тему сонграйтерського кемпу, музичної діяльності респондентів: Суспільне Культура «Наче дитячий табір, але для дорослих музикантів – репортаж із «Кемпу 2.0» від «На її основі», Музвар «19 нових історій у треках: КЕМП 2.0 від На Її Основі презентує результат музичного експерименту», Стопкор «КЕМП 2.0 від На Її Основі: 15 артистів, 5 днів, 19 унікальних треків – народження нового звучання» (ДОДАТОК А).

До підготовки до інтерв'ю із героїнями входить також формулювання питань. Зокрема, інтерв'юйованим ставилися запитання про перше зацікавлення музикою, джерела натхнення та відпочинку, виконавців, які вплинули на формування музичного смаку, актуальну творчу діяльність, присутність у соціальних мережах, платформи для прослуховування музики, значення творчого псевдоніма, хобі та подальші творчі плани. Окремий тематичний блок стосувався безпосередньо участі в сонграйтерському кемпі: його впливу на творчість, переживання складних моментів під час участі, найяскравіших спогадів та мотивації взяти участь у проєкті.

Під час подальшого опрацювання розшифрованих інтерв'ю питання, що повторювались для кожної з інтерв'юйованих, редагувалася або змінювалася відповідно до контексту конкретної розмови. Це дозволило уникнути шаблонності і надати кожному інтерв'ю більш індивідуального характеру. Водночас у процесі спілкування ставилися додаткові уточнювальні запитання, які виникали залежно від відповідей героїнь та розвитку розмови.

Під час оформлення заголовків для серії інтерв'ю було використано комбінований підхід: кожен заголовок складається з цитати героїні та короткої описової частини. Цитатна частина дозволяє передати емоційність, індивідуальний стиль мовлення та ключову думку респондентки, водночас привертаючи увагу аудиторії. Описова частина виконує інформаційну функцію, окреслюючи основні теми розмови. Такий формат заголовків дав

змогу поєднати емоційний та інформаційний компоненти, що відповідає специфіці портретного інтерв'ю як жанру.

Окремим блоком до кожного інтерв'ю оформлені «Рандомні факти про...». Ідея його створення виникла під час інтерв'ю з героїнями, коли вони згадували окремі факти зі свого життя, які не мали суттєвого значення на перебіг розмови та не потребували детального розкриття. Водночас саме такі дрібні особисті деталі дозволяли краще передати індивідуальність кожної учасниці та зробити її образ ближчим для аудиторії. Подібні фрагменти доповнили характеристику героїнь і стали деталями, що формують цілісне сприйняття портретного інтерв'ю.

Після опрацювання інтерв'ю у текстовий формат, здійснювалося опрацювання отриманих матеріалів: структурування питань і відповідей, редагування та логічне впорядкування висловлювань респонденток з метою наближення матеріалів до формату портретного інтерв'ю. Під час підготовки текстів акцент робився на збереженні індивідуальної манери мовлення героїнь, емоційності висловлювань, що дозволяють розкрити особистість кожної учасниці.

Під час бесіди інтерв'юювані згадували не лише про організацію робочого процесу в межах кемпу, щоденні завдання та творчі практики, а й ділилися особистими враженнями, емоційними переживаннями, успішними та складними моментами участі, а також власними рефлексіями щодо отриманого досвіду. Такий підхід дав змогу сформувати більш цілісні портрети героїнь і підкреслити індивідуальний вплив кемпу на їхній творчий розвиток.

Отже, підготовка та створення серії портретних інтерв'ю з учасницями сонграйтерського кемпу ґрунтувалися на поєднанні попереднього теоретичного опрацювання жанру та практичного досвіду роботи з героїнями. Важливими етапами стали відбір респондентів, налагодження комунікації через представника музичної платформи, фіксація розмов на диктофон із подальшою розшифровкою та редакційною обробкою матеріалу.

Застосування принципів портретного інтерв'ю дозволило вийти за межі суто інформаційного опису подій і зосередитися на особистісному досвіді учасниць, їхніх емоціях, рефлексіях і творчих змінах, що відбулися внаслідок участі в кемпі. Записана серія інтерв'ю виконує не лише інформаційно-документальну функцію, а й сприяє формуванню цілісного медіаобразу молодих музиканток як представниць сучасної української музичної сцени.

2.3. Особливості конструювання медіаобразу інтерв'ююваних

Представлені інтерв'ю-портрети учасниць сонграйтерського кемпу демонструють різні аспекти їхнього життя та творчої діяльності. Вони передають історії успіху, думки, цінності та особисті враження, що дозволяє аудиторії глибше пізнати учасників як особистостей і як професіоналів. Такі інтерв'ю-портрети виступають важливим джерелом інформації та можуть надихати й стимулювати аудиторію до власного розвитку і досягнень.

У створеній серії портретних інтерв'ю важливу роль відіграє не лише передача інформації про участь героїнь у сонграйтерському кемпі, а й формування їхнього медіаобразу. Через структуру запитань, емоційні висловлювання та особисті історії інтерв'ю репрезентують учасниць не лише як музиканток, а і як представниць сучасної української музичної сцени з власним творчим досвідом, поглядами та цінностями. Важливим елементом формування медіаобразу стали цитати героїнь, винесені в заголовки матеріалів. У кожному випадку вони поєднували цитату героїні та коротку описову частину, яка окреслювала головну тему інтерв'ю. Такий підхід дозволив не лише привернути увагу аудиторії, а й одразу сформував перше уявлення про респондентку. Наприклад, заголовок інтерв'ю з Ксенією Костіною – «Можливо все, просто треба хотіти і бути в правильних умовах» (ДОДАТОК Б) – формує образ музикантки, відкритої до творчих експериментів і професійного розвитку. Заголовок інтерв'ю зі співачкою Yosyaa – «Я хочу бути просто щасливою» (ДОДАТОК В) – акцентує увагу на

темах внутрішнього пошуку, емоційності та особистих переживань. У випадку Alice Change цитата «У мене немає образу, я така і є» (ДОДАТОК Г) підкреслює автентичність виконавиці та її прагнення до щирої комунікації з аудиторією.

Важливу роль у створенні медіаобразу відіграли відкриті запитання, які спонукали героїнь не лише розповідати про творчість або участь у кемпі, а й ділитися особистими переживаннями, спогадами, сумнівами та роздумами. Завдяки цьому учасниці постають перед аудиторією як щирі артистки зі сформованою творчою позицією, здатні до самоаналізу та самовираження.

Під час редакційного опрацювання інтерв'ю зберігалися індивідуальні особливості мовлення героїнь, емоційність висловлювань та розмовні конструкції. Це дозволило уникнути надмірної формалізації тексту та зробити образи учасниць більш та зробити образи учасниць більш автентичними й наближеними до аудиторії. Наприклад, в інтерв'ю з Ксенією Костіною збережено емоційний вислів: «На цьому кемпі я зрозуміла цінність себе як окремого музиканта» (ДОДАТОК Б), який демонструє особисту рефлексію щодо професійного розвитку. В інтерв'ю з Yosuаа важливим для розкриття характеру героїні стало зізнання: «Я хочу бути просто щасливою» (ДОДАТОК В), що відображає її життєві пріоритети та внутрішні пошуки. Натомість Alice Change характеризує себе фразою: «У мене немає образу, я така і є» (ДОДАТОК Г), підкреслюючи власну автентичність та прагнення до щирої комунікації з аудиторією. Значну роль у конструюванні медіаобразу відіграли особисті історії та емоційні рефлексії героїнь.

У матеріалі з Ксенією Костіною (ДОДАТОК Б) формується образ професійної музикантки, для якої музика є не лише творчістю, а й повноцінною сферою професійної діяльності. Це підкреслюють розповіді героїні про викладацьку діяльність, написання музики на замовлення, виступи та постійне навчання. Вона говорить про музику як про процес безперервного розвитку та пошуку нового досвіду. Водночас у тексті інтерв'ю звучать особисті історії про сім'ю, сестру-близнючку, життя біля моря та захоплення

яхтингом. Такі деталі сприяють глибшому розкриттю особистості героїні і дозволяють аудиторії сприймати її не лише як музикантку, а й як людину з власними емоціями та життєвими цінностями.

Через інтерв'ю з Ксенією Костіною також формується образ артистки, відкритої до експериментів. Героїня неодноразово наголошує на важливості творчого пошуку та бажанні виходити за межі звичних музичних форм. Значне місце в інтерв'ю займає опис впливу сонграйтерського кемпу на її професійне сприйняття себе. Саме після участі у проєкті вона почала більше вірити у власні можливості та експериментувати з музичними стилями. Отже, кемп у матеріалі постає як простір професійного та творчого розвитку.

Інтерв'ю зі співачкою Yosyaa (ДОДАТОК В) формує дещо інший тип медіаобразу. У центрі цього матеріалу постає молода артистка, яка ще перебуває у процесі пошуку власної творчої ніші та професійної ідентичності. Героїня багато говорить про сумніви, внутрішні переживання, емоційний стан та складність самореалізації у музичній сфері. Її відповіді є емоційними та максимально відкритими, що створює ефект щирої розмови з аудиторією.

Важливу роль у формуванні медіаобразу Yosyaa відіграють історії про дитинство, навчання у музичній школі, переїзд до Львова та перші творчі виступи. Через такі особисті спогади героїня постає близькою та зрозумілою для читача. Окремо в інтерв'ю піднімається тема емоційного виснаження та потреби в усамітненні. Співачка розповідає про бажання «ховатися», необхідність побути на самоті та складність постійної взаємодії з людьми. Такі фрагменти роблять медіаобраз більш живим і психологічно глибоким.

Через відповіді Yosyaa також формується образ представниці нового покоління українських незалежних артистів, для яких важливими є соціальні мережі, самостійне просування музики та пошук власного стилю. Героїня відкрито говорить про труднощі просування творчості під час війни та внутрішній конфлікт між бажанням розвивати музичний проєкт і відчуттям провини через публічну активність у період воєнних дій. Ця тема додає

інтерв'ю актуального соціального контексту та демонструє особливості функціонування молодих українських артистів у сучасних умовах.

У матеріалі з Alice Change (ДОДАТОК Г) найбільш виразно простежується стратегія конструювання образу сучасної артистки, яка свідомо працює над власним стилем і комунікацією з аудиторією. Співачка багато розповідає про взаємодію з прихильниками, ведення соціальних мереж, музичну діяльність та походження сценічного псевдоніма. Водночас однією з ключових рис її публічної репрезентації є акцент на щирості та відмові від штучно створеного сценічного амплуа. Це підкреслює вислів «У мене немає образу, я така і є», який виступає своєрідним підсумком самопрезентації виконавиці в межах інтерв'ю.

Особливе значення у створенні образу Alice Change мають її роздуми про зміну музичного стилю. Героїня пояснює, що свідомо відійшла від емоційно важкої рок-музики та почала працювати з більш легкою й позитивною електронною музикою. Важливим у цьому процесі вона називає саме участь у сонграйтерському кемпі, який став для неї простором творчого експерименту та пошуку нового звучання. Кемп у цьому інтерв'ю постає не лише як професійний досвід, а як переломний момент у творчій кар'єрі виконавиці.

Окрему роль у формуванні медіаобразу Alice Change відіграє тема війни та вимушеного переїзду з Донецька після початку російської окупації міста. Хоча ця деталь не є центральною у матеріалі, вона створює важливий контекст для сприйняття героїні. Через цю особисту історію образ артистки набуває більшої емоційної глибини.

Для всіх трьох інтерв'ю характерними є емоційність висловлювань і збереження індивідуального стилю мовлення героїнь. Під час редагування матеріалів свідомо залишалися окремі розмовні конструкції, емоційні реакції та особливості усного мовлення співрозмовниць. Так, Ксенія Костіна, розповідаючи про участь у кемпі, зазначає: «На кемпі у мене відкрились очі з розумінням того, що можна взагалі все», що передає її захоплення отриманим

досвідом. В інтерв'ю з Yosyaa збережено емоційний вислів «Вау, це вже розвіртуалізація», який демонструє щирі враження від знайомства з музикантами, за творчістю яких вона стежила раніше. Натомість Alice Change використовує розмовні конструкції та емоційно забарвлену лексику, зокрема фразу «Боже, ніколи в житті. Я ніколи так не зможу», описуючи свої перші думки про участь у кемпі. Це дозволило уникнути надмірної формалізації текстів і зробити медіаобрази героїнь більш автентичними та індивідуалізованими.

Важливим складником конструювання медіаобразів є також ставлення учасниць до соціальних мереж та взаємодії з аудиторією. У всіх трьох інтерв'ю простежується розуміння важливості цифрових платформ для сучасного музиканта, проте кожна з респонденток сприймає цей процес по-різному. Для Ксенії Костіної соціальні мережі є передусім професійним інструментом та своєрідним творчим щоденником, де можна відстежувати власний розвиток і ділитися результатами роботи. Yosyaa говорить про соцмережі більш емоційно та суперечливо, розмірковуючи над доречністю просування творчості під час війни та внутрішнім конфліктом між потребою творити й суспільним контекстом. Натомість Alice Change демонструє більш сформований підхід до комунікації з аудиторією: вона свідомо розділяє офіційний контент і більш особисте спілкування з фанатами через Telegram-канал. Ставлення до соціальних мереж формує образ артисток, для яких цифровий простір є невід'ємною частиною професійної діяльності.

Ще один важливий аспект конструювання медіаобразу – емоційність висловлювань героїнь. У всіх трьох інтерв'ю респондентки відкрито говорять про сумніви, втому, страхи та невпевненість, що створює ефект щирості. Наприклад, Yosyaa ділиться переживаннями щодо просування музики під час війни та говорить про потребу періодично усамітнюватися для відновлення емоційного ресурсу. Alice Change розповідає про вплив негативних коментарів та власну емоційну вразливість, а Ксенія Костіна говорить про важливість правильного творчого середовища та підтримки однодумців. Подібні

елементи дозволяють представити героїнь не як недосяжних медійних персон, а як людей зі схожими переживаннями та труднощами.

У серії інтерв'ю також простежується спільний мотив творчої трансформації, пов'язаної з участю у сонграйтерському кемпі. Для кожної з героїнь кемп став не лише професійним досвідом, а й простором внутрішніх змін. Ксенія Костіна після участі у проєкті почала більше експериментувати та усвідомила власний музичний потенціал. Yosyaa переосмислила підхід до просування творчості та почала роботу над альбомом. Для Alice Change участь у кемпі стала поштовхом до зміни музичного стилю та переходу до нового звучання. Таким чином, у межах інтерв'ю кемп постає як середовище творчого розвитку, яке впливає не лише на професійні навички музикантів, а й на їхнє сприйняття себе як артистів.

Крім того, значну роль у конструюванні медіаобразів відіграли особисті історії та побутові деталі, винесені в окремі блоки «Рандомні факти про...». Вони не мали прямого впливу на основну тему інтерв'ю, однак допомагали створити більш цілісне уявлення про героїнь. Інформація про захоплення йогою, любов до моря, веганство, ведення Telegram-спільноти чи любов до природи сформувала додаткові штрихи до портретів учасниць і зробила їх ближчими для читача.

У результаті, у створеній серії інтерв'ю було сформовано декілька типів медіаобразів сучасних українських артисток. Ксенія Костіна постає як професійна музикантка та експериментаторка, Yosyaa – як щира молода артистка у процесі творчого пошуку, а Alice Change – як сучасна незалежна виконавиця з чітким розумінням власного стилю та взаємодії з аудиторією. Через поєднання особистих історій, емоційності, відкритих запитань та авторської подачі серія інтерв'ю дозволила представити героїнь не лише як музиканток, а і як особистостей, що формують сучасний український музичний простір. Матеріали підкреслюють їхню готовність до експериментів, професійного розвитку та пошуку власного стилю, що відповідає образу нового покоління українських музикантів.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження встановлено, що музична журналістика є важливою складовою сучасної культурної комунікації. Вона забезпечує взаємодію між артистами та аудиторією, сприяє популяризації музичного мистецтва, формуванню культурних орієнтирів суспільства та репрезентації нових виконавців у медіапросторі. В умовах цифровізації музична журналістика активно використовує онлайн-платформи та соціальні мережі, що розширює можливості комунікації зі слухачами та поширення музичного контенту.

Визначено, що портретне інтерв'ю поєднує інформаційну та художньо-публіцистичну функції, що дозволяє не лише отримати фактичну інформацію про героя, а й розкрити його особистість, систему цінностей, емоційний стан та життєвий досвід. Встановлено, що важливими складовими цього жанру є емоційність, персоналізація, використання відкритих запитань, індивідуалізація мовлення респондента та створення довірливої атмосфери під час комунікації. Також було окреслено специфіку роботи журналіста з героями портретного інтерв'ю. З'ясовано, що підготовка до інтерв'ю передбачає не лише формування запитань і збір інформації про героя інтерв'ю, а й налагодження комунікації, попередження про запис розмови на диктофон, дотримання етичних принципів та створення комфортних умов для відкритої бесіди. Особливу роль у цьому процесі відіграють емпатія журналіста, уважність до емоційного стану співрозмовника та здатність підтримувати живий діалог.

У роботі визначено роль сонграйтерського кемпу як комунікативного середовища творчої взаємодії молодих музикантів. Встановлено, що подібні проєкти створюють умови для професійного розвитку артистів, формування нових творчих контактів, обміну досвідом та створення музичних колаборацій. Сонграйтерський кемп виступає не лише простором для

написання музики, а й середовищем, яке впливає на професійне становлення та самоусвідомлення молодих виконавців.

У практичній частині дослідження підготовлено авторську серію портретних інтерв'ю з учасниками проєкту КЕМП 2.0 від музичної платформи «На її основі», опубліковану на сайті Inform.zp.ua. У процесі роботи систематизовані основні етапи підготовки до інтерв'ю, методи збору інформації, принципи побудови запитань та особливості роботи з героїнями. Встановлено, що використання відкритих запитань, емоційних цитат, особистих історій та елементів розмовного мовлення сприяє формуванню цілісного медіаобразу героя інтерв'ю та його ефективній репрезентації аудиторії.

У результаті аналізу авторської серії інтерв'ю було з'ясовано, що медіаобраз артистів формується через поєднання професійних і особистісних характеристик. Створені матеріали репрезентують різні типи сучасних українських виконавиць: професійну музикантку, відкриту до творчих експериментів; молоду артистку, яка перебуває у процесі творчого пошуку; незалежну виконавицю, що свідомо формує власний стиль і підтримує активну комунікацію з аудиторією. Важливу роль у цьому процесі відіграють заголовкові цитати, особисті історії, емоційність висловлювань та збереження індивідуальних мовленнєвих особливостей героїнь.

Важливим результатом дослідження стало підтвердження того, що саме формат портретного інтерв'ю дозволяє найповніше розкрити особистість молодого артиста в межах музичної журналістики. На відміну від коротких інформаційних матеріалів або новинних повідомлень, портретне інтерв'ю створює можливість для глибшого представлення героя через його емоції, спогади, життєвий досвід та особисті рефлексії. Проведений аналіз засвідчив, що конструювання медіаобразу відбувається не лише через зміст відповідей героїнь, а й завдяки журналістським способам організації матеріалу. Поєднання особистих історій, цитат, біографічних деталей та додаткових

елементів оформлення сприяло створенню цілісних образів артисток і дозволило акцентувати увагу на їхніх індивідуальних рисах.

У межах дослідження було встановлено, що сучасна музична журналістика тісно пов'язана з цифровими платформами та соціальними мережами, які стали основним середовищем комунікації між артистами та аудиторією. Усі героїні інтерв'ю використовують цифрові майданчики не лише для просування власної творчості, а й для побудови особистого бренду, підтримки контакту зі слухачами та формування власної медіаприсутності. Це свідчить про зміну ролі музиканта в сучасному медіапросторі, де виконавець поєднує творчу діяльність із постійною комунікацією в онлайн-середовищі.

Окремо варто зазначити, що в усіх трьох інтерв'ю простежується вплив повномасштабної війни на творчість та світосприйняття молодих артисток. Хоча тема війни не була центральною, вона проявлялась через спогади про вимушений переїзд, втрату звичного способу життя, складність просування музики в умовах воєнного часу та переосмислення власної творчості. Це дозволяє розглядати створену серію інтерв'ю не лише як журналістський матеріал про музику, а і як своєрідну фіксацію культурних процесів, що відбуваються в українському суспільстві під час війни.

У процесі дослідження було охарактеризовано жанрові особливості портретного інтерв'ю, визначено специфіку роботи журналіста з героями, розглянуто сонграйтерський кемп як сучасний формат професійної комунікації в музичній індустрії та проаналізовано особливості конструювання медіаобразу в авторській серії матеріалів. Практична частина роботи засвідчила ефективність портретного інтерв'ю як інструменту медіапрезентації молодих артистів і засобу привернення уваги аудиторії до нових імен української музичної сцени. Дослідження показало, що цей жанр виконує не лише інформаційну функцію, а й сприяє формуванню медіаобразу виконавця, його впізнаваності та встановленню емоційного зв'язку з аудиторією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василенко М. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
2. Вернигор П. Українська сцена, поради початківцям та авторське право: 7 незручних питань до лідерів музичної індустрії. bit.ua. URL: <https://bit.ua/2021/02/7-nezruchnyh-pytan/> (дата звернення: 25.04.2026).
3. Вишницька А. Як зробити радіорепортаж ненудним: поради польської кореспондентки Ганни Закшевської. *Детектор media*. URL: <https://ms.detector.media/maister-klas/post/16488/2016-04-25-yak-zrobiti-radioreportazh-nenudnim-poradi-polskoi-korespondentki-ganni-zakshevskoi/> (дата звернення: 27.04.2026).
4. Вовкун В. Масова культура та режисура масових видовищ : монографія. Київ : НАКККиМ, 2013. 293 с.
5. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтв. Підприємницький стиль / пер. з англ. Б. Шумилович. Львів : Літопис, 2008. 360 с.
6. Галудзіна-Горобець В. Трансформаційні процеси жанру телевізійного інтерв'ю в сучасному медіапросторі. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 2. С. 95–102.
7. Гін А. Як відкрити унікальний світ героя: 18 правил інтерв'ю від журналістки MediaPort Анни Гін. *Детектор media*. URL: <https://ms.detector.media/maister-klas/post/17713/2016-10-27-yak-vidkryty-unikalnyy-svit-geroya-18-pravyl-intervyu-vid-zhurnalistky-mediaport-anny-gin/> (дата звернення: 30.04.2026).
8. Дрешпак В. Жанрологія журналістських творів : навчальний посібник. Дніпро : УМСФ, 2021. 186 с.
9. Зеленська Л., Романова А. Івент-менеджмент : словник-довідник організатора заходів. Київ : НАКККиМ, 2015. 84 с.

10. Зосім О. Музична журналістика як чинник формування сучасного культурного простору України. URL: <https://ir.nmu.org.ua/server/api/core/bitstreams/39e765b5-6d05-4b8f-b6ee-924fc9a87bad/content> (дата звернення: 02.05.2026).

11. Іванов В., Сидоренко Н. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. 352 с.

12. Казімова Ю. До поняття формату жанру інтерв'ю у журналістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Журналістські науки*. 2018. № 896. С. 52–57.

13. Калита О. Жанрові особливості інтерв'ю на сторінках українських онлайн-видань. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Т. 34 (73). № 1. Ч. 2. С. 308–312.

14. Канюка І. Портретне інтерв'ю як інформаційний жанр на платформі «Ютуб» (за матеріалами проєкту «Це ніхто не буде дивитись»). *Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку* : збірник тез за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції для молодих учених і здобувачів освіти (м. Тернопіль, 11 квітня 2023 року). Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2023. С. 83–86.

15. Копієвська О., Шевченко Н. Концепція реформування системи забезпечення населення культурними послугами. *Соціокультурний менеджмент: історія, теорія, сучасні практики* : хрестоматія. Київ : НАКККиМ, 2019. С. 43–52.

16. Кривка В. КЕМП 2.0 від На Її Основі: 15 артистів, 5 днів, 19 унікальних треків – народження нового звучання. *СмонКор*. URL: <https://life.stopcor.org/ukr/section-shou-biznes/news-kemp-2-0-vid-na-ii-osnovi-15-artistiv-5-dniv-19-unikalnih-trekiv-narodzhennya-novogo-zvuchannya-22-08-2025.html> (дата звернення: 05.05.2026).

17. Михайлин І. Основи журналістики : підручник. 5-те вид., переробл. і допов. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

18. Музичний альбом «КЕМП 2.0 На її основі». *YouTube*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=PT47y9hBYLw&list=OLAK5uy_moVloXM5cNIZh8QsNgBhOCoqXR0hmdyEk (дата звернення: 05.05.2026).

19. Муквич М. Особливості портретного інтерв'ю на платформі *YouTube*. *Магістерський науковий вісник*. 2020. Вип. №35. С. 250–252.

20. Обухова І. «Можливо все, просто треба хотіти і бути в правильних умовах»: музикантка Ксенія Костіна про відчуття музики та експерименти під час участі у сонграйтерському кемпі. *Inform.zp.ua*. URL: https://www.inform.zp.ua/uk/2026/05/22/370720_mozhlyvo-vse-prosto-treba-hotity-i-but-y-v-pravylnyh-umovah-muzykantka-kseniya-kostina-pro-vidchuttya-muzyky-ta-eksperymenty-pid-chas-uchasti-u-songrajterskomu-kempi/ (дата звернення: 29.05.2026).

21. Обухова І. «У мене немає образу, я така і є»: співачка Alice Change про свій стиль, підтримку фанів і зміни після сонграйтерського кемпу. *Inform.zp.ua*. URL: https://www.inform.zp.ua/uk/2026/05/29/372018_u-mene-nemaye-obrazu-ya-taka-i-ye-spivachka-alice-change-pro-svij-styl-pidtrymku-faniv-i-zminy-pislya-songrajterskogo-kempu/ (дата звернення: 29.05.2026).

22. Обухова І. «Я хочу бути просто щасливою»: співачка Yosyaa про пошук своєї ніші в музичній індустрії та вплив сонграйтерського кемпу на проєкт. *Inform.zp.ua*. URL: https://www.inform.zp.ua/uk/2026/05/26/371286_ya-hochu-but-y-prosto-shhaslyvoyu-spivachka-yosyaa-pro-poshuk-svoyeyi-nishi-v-muzychnij-industriyi-ta-vplyv-songrajterskogo-kempu-na-proyekt/ (дата звернення: 29.05.2026).

23. Панасов І. Музична журналістика в Україні. *LiRoom*. URL: <https://liroom.com.ua/music/music-journalism-in-ukraine/>

24. Радіо «Аврора». На її основі. URL: <https://corporate.avrora.ua/pages/na-yui-osnovi/> (дата звернення: 07.05.2026).

25. Свистуха Д. Музика – на часі. Як журналістка «Суспільне Культура» Юлія Ткачук показує молодих артистів і контекст довкола них. *MediaMaker*. URL: <https://mediamaker.me/muzyka-na-chasi-yak-zhurnalistka-suspilne-kultura->

yuliya-tkachuk-pokazuye-molodyh-artystiv-i-kontekst-dovkola-nyh-12005/ (дата звернення: 04.05.2026).

26. Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. 2012. Вип. 27. С. 180–184.

27. Сікорська В., Нєнов І., Ногай В. Інтерв'ю-портрет як мовний діалогічний жанр в українському комунікативному медіапросторі. *Причорноморські філологічні студії*. 2023. Вип. 3. С. 67–72. URL: <https://doi.org/10.32782/bsps-2023.3.10> (дата звернення: 18.04.2026).

28. Ткачук Ю. «Наче дитячий табір, але для дорослих музикантів»: репортаж із «Кемпу 2.0» від «На її основі». *Суспільне Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/1029621-nace-ditacij-tabir-ale-dla-doroslih-muzikantiv-reportaz-iz-kempu-20-vid-na-ii-osnovi/> (дата звернення: 18.04.2026).

29. Чабаненко М. Сучасні тенденції в застосуванні жанру інтерв'ю (на прикладі інтернет-видання «Українська правда»). *Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 18–19 жовт. 2022 р.). Львів: Простір-М, 2022. С. 173–177.

30. Чернова А., Бутиріна М. Музична журналістика і музична індустрія: специфіка взаємодії. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5b8d0351f415f.pdf#page=144 (дата звернення: 22.04.2026).

31. Чундак А. Як проводити інтерв'ю на радіо: поради Ірини Славінської. *MediaLab Online*. URL: <https://medialab.online/news/porady-iryny-slavinskoj/> (дата звернення: 06.04.2026).

32. Braun W. Musikkritik: Versuch einer historisch-kritischen Standortbestimmung. Köln : Musikverlag Hans Gerig, 1972.

33. Jacke C., James M., Montano E. Editorial introduction: Music journalism. *IASPM Journal*. 2014. URL: https://iaspmjournal.net/index.php/IASPM_Journal/article/view/737 (дата звернення: 11.05.2026).

34. Melnyk L. Who Killed Classical Music Criticism: Social Strategies of Music Journalism Today. URL: <https://xn--urnalai-cxb.lmta.lt/wp-content/uploads/2020/01/Muzikologija20-2.pdf>
35. ASCAP Song Camp. URL: <https://www.ascap.com/> (дата звернення: 22.04.2026).
36. Red Bull Songwriting Camps. URL: <https://www.redbull.com/us-en/red-bull-jukebox-songwriting-contest> (дата звернення: 17.04.2026).
37. Spotify Songwriting Camps. URL: <https://open.spotify.com/user/songwritingcamps> (дата звернення: 17.04.2026).
38. Songwriting Camps in the Nordic Countries. URL: <https://blog.masterchannel.ai/6-songwriting-camps-to-join-in-the-nordic-countries/> (дата звернення: 17.04.2026).
39. На її основі. URL: <https://nayiiosnovi.com/> (дата звернення: 26.05.2026).
40. КЕМП 2.0. На її основі. URL: <https://nayiiosnovi.com/camps> (дата звернення: 26.05.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А

ЗМІ про КЕМП 2.0 «На її основі»

<https://suspilne.media/culture/1029621-nace-ditacij-tabir-ale-dla-doroslih-muzikantiv-reportaz-iz-kempu-20-vid-na-ii-osnovi/>

СУСПІЛЬНЕ КУЛЬТУРА

ВІЙНА ТА ВІДБУДОВА

ХВИЛИНА ЧЕСТІ

УКРАЇНСЬКЕ КІНО

ІНШОКОН

НАЖИВО

УКРАЇНСЬКА МІЗНА

АРТИСТЕРІЯ

МУЗИКА

УКРАЇНА І СВІТ

АРТИСТЕРІЯ

МУЗИКА

ТОДІСТІ

Наче дитячий табір, але для дорослих музикантів — репортаж із "Кемпу 2.0" від "На її основі"

Юлія Тихончук 3 червня 2025, 10:23



Наче дитячий табір, але для дорослих музикантів — репортаж із "Кемпу 2.0" від "На її основі". Колаж: Ніка Назаренко/Суспільне Культура. На основі фото Тетяни Горбатюк.

Сонграйтерські кемпи — не рідкість для європейської чи американської музичної індустрії. Утім, в Україні це явище вкрай рідкісне. Уявіть: в одному місці збираються сонграйтери, саундпродюсери та музиканти, їх замикають у комфортних умовах на п'ять днів з єдиною умовою: кожного дня вони мають написати разом по одній пісні.

А тепер перенесемось у село Сокирна під Черкасами. Саме тут у затишній компанії з українськими музикантами "Поліція" відбиває

ТОП ДНЯ



"Працюю від відчуття дитячого захоплення" — інтерв'ю з

Суспільне Культура

МУЗВАР

[НОВИНИ](#)
[ПОДІЛ](#)
[РАДІО](#)
[ІНТЕРВ'Ю](#)
[ПЕРЕКЛАДИ](#)
[СПІВРІЦЦЯ](#)
[КОНТАКТИ](#)

19 нових історій у треках: КЕМП 2.0 від На її Основі презентує результат музичного експерименту



Хоча впродовж триває експерименту музична платформа [На її Основі](#) провела інтерв'ю КЕМП 2.0, де учасники творили музику, творчі матеріали, отримували оцінки досвід від публіки, а також унікальні креативні завдання та створювали по одному треку щодня разом із арт-директором КЕМП, Сашо Мусишвілі, Катериною Іванченко, Антоном Шителю, Катериною Гоголю.



МУЗВАР

Головна / Шоу-Бізнес

КЕМП 2.0 від На Ії Основі: 15 артистів, 5 днів, 19 унікальних треків — народження нового звучання

Платформа «На Ії Основі» вже вдруге об'єднала музикантів з усієї країни — після першого КЕМПу на Чернігівщині, новий п'ятиденний інтенсив відбувся у Черкаській області



Валерія Кривак
Редактор сторінки CK Life
22.08.2023 14:20



Зображення



Занурення у творчість: що дали учасникам музичні КЕМПи 1.0 та 2.0. Дивіться: На Ії Основі

Музична платформа «На Ії Основі» — незалежна структура, яка підтримує українських артистів. Вона допомагає будувати нову сцену та надає простір для розвитку. КЕМП — це не просто музична подія, а можливість вийти за рамки звичного, попрацювати з менторами та створити щось справді нове.

Кінець травня відзначився помітною музичною подією — платформа «На Ії Основі» провела п'ятиденний КЕМП 2.0. Тут учасники створювали музику, спілкувались у творчому середовищі, проходили лекції та працювали над креативними завданнями. Щодня кожна команда мала написати один трек разом із досвідченими менторами: KLER, Саша Мусевич, Катерина Павленко, Антон

СТОПКОР

Додаток Б

Портретне інтерв'ю «Можливо все, просто треба хотіти і бути в правильних умовах»: музикантка Ксенія Костіна про відчуття музики та експерименти під час участі у сонграйтерському кемпі

inform.zp.ua/uk/2026/05/22/370720_mozhlyvo-vse-prosto-treba-hotity-i-buty-v-pravylynyh-umovah-muzykantka-kseniya-kostina-pro-

INFORM

ЗРІА

4 ЧЕРВНЯ 2026, ЧТ
21:19

EUR 151.66
USD 144.34

Укр

Ми у соцмережах

Підтримати

ГОЛОВНАМІСТОПОЛІТИКАЕКОНОМІКАСУСПІЛЬСТВОКРИМІНАЛІСТОРІЯАФІША

ПІДТРИМАТИ

Головна » Блоги » «Можливо все, просто треба хотіти і бути в правильних умовах»: музикантка Ксенія Костіна про відчуття музики та експерименти під час участі у сонграйтерському кемпі

«Можливо все, просто треба хотіти і бути в правильних умовах»: музикантка Ксенія Костіна про відчуття музики та експерименти під час участі у сонграйтерському кемпі

Ірина Обухова · 22:25, 22 травня 2026

Ксенія Костіна

Сучасні молоді виконавці шукають різні способи заявити про себе світу українського шоу-бізнесу та аудиторії. Однією з можливостей проникнутися музикою і повністю зануритися в творчі процеси є участь у сонграйтерських кемпах, які не так давно почали проводити в Україні. Ми починаємо цикл інтерв'ю з молодими артистами, які брали участь у сонграйтерському КЕМПі 2.0 На її основі. Ксенія Костіна – клавішниця, для якої музика – єство, спосіб життя й улюблена робота. Про початок професійної кар'єри, власне відчуття музики та вплив на відчуття свого музичного потенціалу сонграйтерського КЕМПу 2.0 На її

ОСТАННІ НОВИНИ

20:39

Підсумки дня в Запорізькій області

20:52

Місце зустрічі безхатюк: чому в Запоріжжі не ремонтують закритий «Народний дім»

Додаток В

Портретне інтерв'ю «Я хочу бути просто щасливою», – співачка Yosyaa про пошук своєї ніші в музичній індустрії та вплив сонграйтерського кемпу на проєкт»

inform.zp.ua/uk/2026/05/26/371286_ya-hochu-buty-prosto-shhaslyvoyu-spivachka-yosyaa-pro-poshuk-svoyeyi-nishi-v-muzychnij-in

INFORM ZPUA

4 ЧЕРВНЯ 2026, ЧТ 21:19

EUR ₴51.66
USD ₴44.34

Укр

Ми у соцмережах

Підтримати

ГОЛОВНАМІСТОПОЛІТИКАЕКОНОМІКАСУСПІЛЬСТВОКРИМІНАЛІСТОРІЯАФІША

ПІДТРИМАТИ

Головна > Блоги > «Я хочу бути просто щасливою», – співачка Yosyaa про пошук своєї ніші в музичній індустрії та вплив сонграйтерського кемпу на проєкт

«Я хочу бути просто щасливою», – співачка Yosyaa про пошук своєї ніші в музичній індустрії та вплив сонграйтерського кемпу на проєкт

Юрина Обухова

22:14, 26 травня 2026

Yosyaa під час виступу

Ми продовжуємо серію інтерв'ю з молодими артистами, які взяли участь в сонграйтерському КЕМПі 2.0 На її основі. Це друге інтерв'ю циклу, у якому співачка Yosyaa ділиться впливом кемпу на власну творчість, на своє сприйняття проєкту, а також творчими планами.

Рандомні факти про Yosyaa:

- здобула вищу освіту у Львові за фахом міжнародні відносини;
- любить бігати;

ОСТАННІ НОВИНИ

20:59

Підсумки дня в Запорізькій області

20:52

Місце зустрічі безхатюк: чому в Запоріжжі не ремонтують закинтий «Народний дім»

19:55

У Запоріжжі з'явилась перша черешня: скільки коштує (ФОТО)

Додаток Г

Портретне інтерв'ю «У мене немає образу, я така і є», – співачка Alice Change про свій стиль, підтримку фанів і зміни після сонграйтерського кемпу»

inform.zp.ua/uk/2026/05/29/372018_u-mene-nemaye-obrazu-ya-taka-i-ye-spivachka-alice-change-pro-svij-styl-pidtrymku-faniv-i-zn

4 ЧЕРВНЯ 2026, ЧТ

21:19

EUR

151.66

USD

144.34

Укр

Ми у соцмережах

Підтримати

ГОЛОВНА

МІСТО

ПОЛІТИКА

ЕКОНОМІКА

СУСПІЛЬСТВО

КРИМІНАЛ

ІСТОРІЯ

АФІША

Q

ПІДТРИМАТИ

Головна > Блоги > «У мене немає образу, я така і є», – співачка Alice Change про свій стиль, підтримку фанів і зміни після сонграйтерського кемпу

«У мене немає образу, я така і є», – співачка Alice Change про свій стиль, підтримку фанів і зміни після сонграйтерського кемпу

Ірина Обухова · 20:43, 29 травня 2026



Світ Alice Change перевіряє

Ми продовжуємо серію інтерв'ю з молодими артистами, які взяли участь в сонграйтерському КЕМПІ 2.0 На її основі. Це третє інтерв'ю – зі співачкою, яка декілька разів намагалася підкорити сцену пісенних талант-шоу і винайшла власний стиль – «кавай-бейс». Чому Alice Change змінила емоційно важкий рок на веселі пісні та яку роль у цьому зіграв сонграйтерський кемп.

Рандомні факти про Alice Change:

- виїжджала з Донецька вже під час тимчасової окупації;

ОСТАННІ НОВИНИ

- 20:39 Підсумки дня в Запорізькій області
- 20:32 Місце зустрічі безхатьок: чому в Запоріжжі не ремонтують закинутий «Народний дім»
- 19:55 У Запоріжжі з'явилась перша черешня: скільки коштів (ФОТО)