

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

Промоція музичних творів та їхніх авторів

(на прикладі видавництва «Потоп»)

Кваліфікаційна робота

на здобуття першого (бакалаврського) освітнього рівня

«Допускається до захисту»

Завідувач факультету

реклами та зв'язків з громадськістю

доктор іст. наук,

проф. Новохатько Л. М.

(підпис)

« » 2026 р.

Оцінка з урахуванням усного
захисту

Члени комісії:

« » 2026 р.

Студента групи РЗГб-1-22-4.0д.

денної форми навчання

спеціальності 061 Журналістика

освітньої програми 061.00.02

«Реклама та зв'язки з

громадськістю»

Кандиби Артема Вікторовича

Науковий керівник

кандидат історичних наук,

доцент кафедри реклами та зв'язків

з громадськістю

Афанасьєв Ілля Юрійович

КИЇВ 2026

ЗМІСТ

Частина I. ПРОМОЦІЙНІ ПРОДУКТИ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ.....	3
Анотація проєкту.....	3
Перелік створених промопродуктів	3
Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ	5
ВСТУП.....	5
Завдання.....	5
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ВИДАВНИЦТВА «ПОТОП» ТА ЙОГО КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА	6
1.1. Загальна характеристика видавництва «Потоп»	6
1.2. SWOT-аналіз	8
1.3. Дослідження ЦА	9
1.4. Аналіз контент-стратегії «Потоп».....	10
1.5. Розбір успішних кейсів «Потоп»	11
1.6. Аналіз ринку, конкурентного середовища видавництва «Потоп»	11
1.7. Джерела доходів видавництва «Потоп» і його авторів	18
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТА ПРОДУКТІВ ЯК ІНСТРУМЕНТІВ ПРОМОЦІЇ ВИДАВНИЦТВА «ПОТОП» І ЙОГО АВТОРІВ.....	21
2.1. Розроблення комунікаційної стратегії з промоції альбому «Sportcafé» – «Go-punk»	21
2.2. Написання статті для 7 випуску журналу «Потоп»	22
2.3. Написання коротких PR-біографій артистів видавництва	23
2.4. Написання пресрелізів для про виходи синглів видавництва.....	24
2.5. Впровадження комунікаційної стратегії для альбому «Go-punk» гурту «Sportcafé»	27
2.6. Оцінка ефективності комунікаційної стратегії для альбому «Go-punk» гурту «Sportcafé»	29
2.7. Серія коротких розважально-пізнавальних відео на сторінках видавництва	31
ВИСНОВКИ	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	35
ДОДАТКИ	39

Частина I. ПРОМОЦІЙНІ ПРОДУКТИ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Анотація проєкту

У кваліфікаційній роботі розглянуто промоцію музичних творів та їхніх авторів видавництва «Потоп». Метою моєї роботи є промоція музичних творів (пісень та альбомів) артистів, що випускаються видавництвом «Потоп», а також авторів цих творів. В процесі дослідження проаналізовано видавництво та його діяльність, конкурентне середовище, цільова аудиторія. Результатом проєкту є впроваджена промокампанія для альбому «Go-punk» гурту «Sportcafé» в соціальній мережі «Тікток», низка пресрелізів про виходи синглів видавництва, а також ще кілька промопродуктів, серед яких розважальні відео на сторінках видавництва, стаття для 7 випуску журналу «Потоп» та короткі PR-біографії артистів видавництва, призначені для його вебсайту.

Кваліфікаційна робота складається із 2 розділів.

Розділ 1 «Аналіз видавництва «Потоп» та його комунікаційного середовища» містить опис діяльності видавництва «Потоп», його конкурентного середовища, існування українського музичного ринку в умовах війни, історію музичних лейблів в Україні, аналіз його ЦА та комунікативної стратегії.

Розділ 2 «Стратегічна частина» містить опис виконаних мною завдань та виготовлених промопродуктів, процес їх створення, опис впровадження промокампанії, а також оцінки її ефективності.

Перелік створених промопродуктів

1. Кампанія для тіктоку для промоції альбому «Go-punk» гурту «Sportcafé» – 1.
2. Стаття для 7 випуску журналу «Потоп» – 1.

3. Серія коротких розважально-пізнавальних відео на сторінках видавництва – 1.
4. Пресрелізи релізів видавництва – 4.
5. Короткі PR-біографії артистів видавництва – 50.

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

ВСТУП

Актуальність роботи: тема промоції музичних творів та їхніх авторів є актуальною, бо в сучасному світі промоція та маркетинг є невід'ємною частиною музичної індустрії. В еру розвитку цифрових технологій та соціальних мереж, а також в умовах сильної конкуренції на ринку, саме ефективна промоція є ключовою для успішності музичних виконавців, їхніх пісень, альбомів та концертів.

В нинішніх умовах традиційні методи промоції поступаються місцем новим, цифровим комунікаційним інструментам, таким як інтернет-реклама, соціальні мережі та стрімінгові сервіси.

Особливо змінюється значення лейбла як посередника між артистом та слухачем. В час, коли артист може самостійно записувати та випускати музику, а також знаходити слухачів через соціальні мережі, лейблам треба докладати додаткових зусиль, щоб залучити до себе артиста, а також щоб зацікавити слухача у його музиці.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та джерел.

Завдання

- 1) Охарактеризувати видавництво «Потоп»;
- 2) провести SWOT-аналіз;
- 3) дослідити ЦА;
- 4) проаналізувати контент-стратегію видавництва «Потоп»;
- 5) розібрати успішні кейси видавництва «Потоп»;
- 6) проаналізувати ринок та конкурентне середовище видавництва «Потоп»;
- 7) проаналізувати джерела доходів видавництва «Потоп» та його авторів;
- 8) розробити промопродукти:

- кампанія для тіктоку з метою просування альбому «Go-punk» гурту «Sportcafé»;
- стаття для 7 випуску журналу «Потоп»;
- пресрелізи про виходи 4 синглів артистів видавництва;
- серія коротких розважально-пізнавальних відео на сторінках видавництва.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ВИДАВНИЦТВА «ПОТОП» ТА ЙОГО КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

1.1. Загальна характеристика видавництва «Потоп»

Видавництво «Потоп» було засноване в 2018 р. спочатку як медіа, а з 2019 існує як видавництво. Засновниками є Сергій Воронов, Олесь Ніколенко та Влад Ящірка.

«Потоп» фактично виконує функції лейблу, але позиціонує себе саме як видавництво. Першими на видавництві були гурт «Джозерс» та артист Ницо Потворно, пізніше ролер розширювався.

Наразі «Потоп» є одним з провідних та найбільш визначних лейблів в українській інді музиці та видає понад 70 різних артистів.

На «Потоп» випускаються артисти різних жанрів: інді-рок (POPI, Микола Пацюк, «D016»), реп (невтома, Характер, паліндром), панк-рок («sportcafé», завірюга), поп (анастимоза, sucilna_necdacha.exe), електронна музика (Neurodyna\$ty, Pilikayu) і ще багато інших. Це дає «Потоп» можливість стати осередком максимально різноманітних артистів та регулярно радувати прихильників видавництва новою музикою.

Серед каналів комунікації «Потоп» — сторінки в соціальних мережах «Інстаграм» та «Тіток», а також канали в телеграмі та ютубі. Також є плейлист «ПОТОП + новинки видавництва», куди регулярно додаються нові релізи артистів лейблу.

З 2021 р. виходить друкований журнал «Потоп» [21], наразі видано 6 випусків [7]. Журнал продається на сайті «Потоп», а частина прибутку з продажів йде в благодійний фонд «Musicians Defend Ukraine». Журнал продається на сайті potopvydav.com. (рис.1.1)

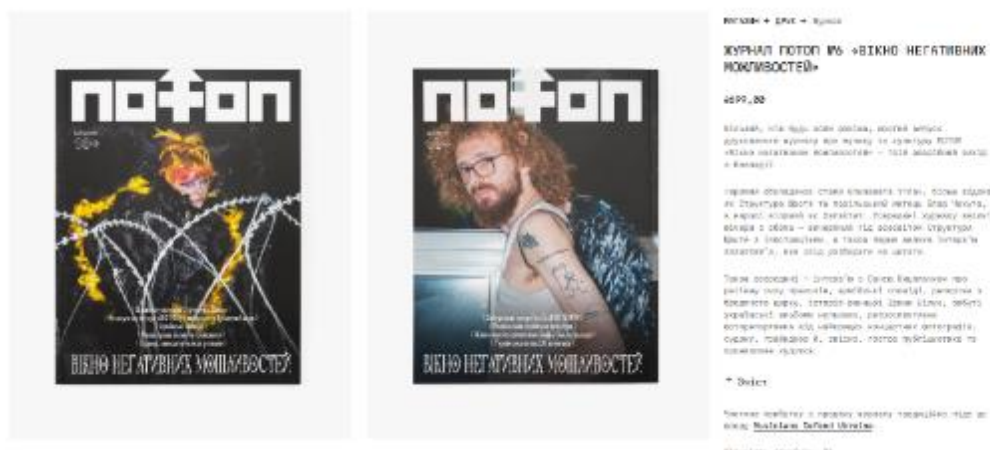


Рис. 1.1. Шостий випуск журналу «Потоп» на сайті potopvydav.com

Зараз над журналом «Потоп» працюють:

- Євген Морі (шефредактор);
- Олесь Ніколенко (головний редактор);
- Сергій Воронов (операційний директор);
- Поліна Полікарпова (фотографія);
- Лера Гуєвська (візуальний стиль).

З 2019 виходив «ПОТОП подкаст», де ведучі спілкувалися з різними представниками української музики. Було випущено 111 випусків, у гостях були такі люди як Паліндром, Олексій Ковжун, SadSvit, Анастимоза ті інші. Подкаст припинив виходити в 2023 році.

Мета «Потоп» – бути осередком розвитку артистів, що своєю творчістю змінюють мистецький та культурний простір.

Слоганом «Потоп» є «тільки вгору», що символізує прагнення розвиватися, шукати нових артистів, випускати нові форми медіаконтенту та вдосконалювати вже існуюче.

1.2. SWOT-аналіз

Табл. 1.1 SWOT-аналіз видавництва «Потоп»

<p>Сильні сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Видання друкованого журналу «Потоп», що в наш час є доволі рідкісним видом медіаконтенту і тим самим вирізняється • Постійний пошук нових артистів, а також постійний пошук нових видів медіаконтенту • Сайт, де продається мерч артистів (футболки, платівки, касети і тд), а також журнал «Потоп» • Творча свобода артистів, без обмежень на музику, котру можна випускати • Поєднання медіа та лейблу • Спільнота, сформована навколо видавництва (артисти та їхні фанбази) 	<p>Слабкі сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обмежений бюджет на маркетинг • Локальна відомість (відсутність визнання в міжнародній музичній сфері)
<p>Можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зростання у вже наявних сферах контенту та розширення на нові • Пошук нових артистів • Подання на гранти • Ліцензування музики для радіо та відеоігор 	<p>Загрози:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Потенційні скандали з артистами видавництва, що можуть привести до репутаційних ризиків • Артист може піти на інший лейбл, що запропонує більш вигідні умови • Воєнний стан та його наслідки (мобілізація, логістичні питання)

1.3. Дослідження ЦА

Для якісної розробки маркетингової стратегії треба чітко визначити цільову аудиторію, зрозуміти її інтереси, потреби та те, що чіпляє її увагу.

Цільова аудиторія «Потоп» – як молоде покоління («зумери»), так і більш старше (міленіали). Це зумовлено тим, що на видавництві є як представники молодшої сцени (РОРІЛ, «D016», Левко, «Апатія»), так і артисти/гурти, що на сцені вже багато років (Ницо Потворно, «ФРН», «Джозерс», Юрій Бондарчук).

Здебільшого люди, що територіально знаходяться в Україні (щоб можна було відвідувати концерти, замовляти мерч або журнал «Потоп»), але може бути і люди за кордоном.

Люди, що споживають інформацію в таких соціальних мережах, як «Інстаграм», «Телеграм», «Тікток» та «Ютуб».

Сегменти ЦА

Сегмент 1:

Молоді люди (покоління зумерів), як чоловіки так і жінки, віком від 18 до 25 років.

Люди, що живуть в Києві або великих містах. Активно відвідують концерти та фестивалі, купують мерч улюблених артистів. Зацікавлені в розвитку української культури та музики зокрема. Дохід середній або нижче середнього. Інформацію споживають в соціальних мережах «Інстаграм», «Тікток» та «Телеграм».

Сегмент 2:

Більш старші люди, старші зумери та міленіали, від 25 років.

Люди, що мають дохід середній чи вище середнього. На концерти ходять не так часто, але все одно ходять. Проживають в Києві та інших великих містах.

Люди, що слідкують за українською музикою та зацікавлені в її розвитку. Інформацію споживають через соціальні мережі «Телеграм», «Фейсбук», «Твіттер», «Інстаграм».

Портрет ЦА

Портрет споживача: жінка, 20 років, живе в Києві, працює та має середній дохід.

Любить регулярно відвідувати концерти та фестивалі, дізнається про них в соціальних мережах «Телеграм» та «Інстаграм».

Час від часу купує мерч артистів – футболки, стікери, касети, платівки, кепки – щоб підтримати їх, а також щоб показати оточуючим приналежність до фанбази них артистів.

1.4. Аналіз контент-стратегії «Потоп»

Майже кожної п'ятниці на «Потоп» виходять нові релізи. В цей день новинки додаються до Spotify-плейлиста «ПОТОП + Новинки видавництва» (рис. 1.2), а в телеграм-каналі та на інстаграм-сторінці виходять пости, що презентують нові релізи з його описом та невеликим уривком композиції.

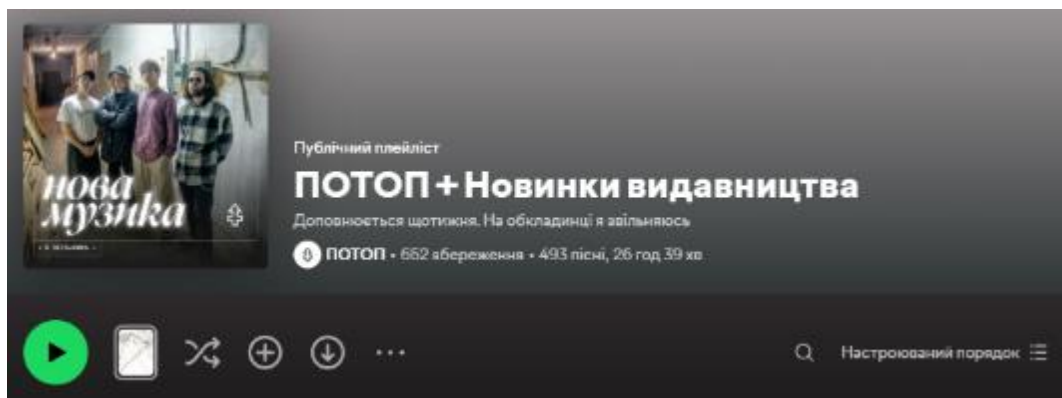


Рис 1.2. Плейлист «ПОТОП + Новинки видавництва» у Spotify

Також на сторінках видавництва публікуються інші новини про його артистів: анонси концертів, турів, робота над новою музикою.

В своїх дописах «Потоп» використовує легкий, доброзичливий tone of voice, часто з використанням гумору.

Також перед релізами видавництво розсилає медіа та редакторам плейлистів пресрелізи, що підвищує шанс того, що про нього напишуть або додадуть в плейлист новинок щоп'ятниці.

1.5. Розбір успішних кейсів «Потоп»

В 2024 році вийшла довгоочікувана гра «S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl».

В саундтреці гри можна почути багатьох українських артистів, в тому числі артистів видавництва «Потоп»: Монтеск'є, ЛУКНО, Микола Пацюк, POPIL, Анастимоза та інші [2].

Після цього пісня «Хризантеми» співачки Анастимоза стала своєрідним неофіційним гімном гри, наразі налічує понад 7 мільйонів прослуховувань на платформі Spotify та є найвідомішою її піснею.

1.6. Аналіз ринку, конкурентного середовища видавництва «Потоп»

Музичні лейбли в Україні виникли в 1990х, майже одразу після настання незалежності. Вони надавали артистам можливості масово випускати свою музику на касетах та дисках, організовувати концерти та тури, допомагали зі зйомкою та ротацією кліпів.

Серед визначних українських лейблів того часу можна виділити «Студія Лева», «Ростислав-шоу», «Nova Records», «Moon Records».

В 2010х роках з поширенням інтернету та стрімінгових сервісів правила трохи змінилися. Якщо раніше лейбли були чи не обов'язковими і випускати музику без них було дуже складно, то в добу інтернету хто завгодно може записувати музику у себе вдома та завантажувати її в

інтернет. Через це з'явилося багато незалежних артистів та гуртів, що випускали музику самостійно (Mistmorn, SadSvit, «Валентин Стрикало»), але по прослуховуванням та впізнаваності не поступалися артистам з крупних лейблів.

Відповідно в наш час лейблам треба давати артистам умови, котрі будуть їм вигідні.

Наразі лейбли надають послуги не лише випуску музики, а й реклами, піару, кризового менеджменту, створення іміджу та бренду артиста, укладання рекламних контрактів з брендами, випуск музики на фізичних носіях, виготовлення та продаж мерчандайзу, ліцензування каверів та реміксів, організація концертів та турів [16].

З провідних українських лейблів в поп-музиці можна відмітити:

- «Епко» – лейбл, що був заснований в 2020 продюсером Іваном Клименком та реперкою alyona alyona. Робить акцент на поп-музиці з етнічними мотивами. З найбільш відомих артистів KRUTЬ, YAKTAK, KOLA та FIINKA. Раніше з лейблом співпрацювали артисти Skofka, «Kalush», alyona alyona та Kozak Siromaha. Артисти лейблу («Kalush», alyona alyona) декілька разів представляли Україну на Євробаченні, а їхні пісні мають мільйони прослуховувань на стрімінгових сервісах. Наразі лейбл планує розширитися на міжнародний ринок, плануючи відкрити офіси у Варшаві та Нью-Йорку [19];
- «Pomitni» – лейбл, що був заснований в 2023 році Іриною Горовою (раніше з 2007 по 2022 лейбл існував як продюсерська агенція «MOZGI Entertainment»). Серед відомих артистів – DOROFEEVA, ОТОУ, Кажанна, Ліза Бібікова, NAZVA та інші. В 2023 році лейбл отримав нагороду від MUZVAR Awards в рубриці «Найкраща менеджмент-колаборація» [3];

- «Nova Music» – лейбл, заснований співачкою Jerry Heil в 2023 році [6]. Із відомих артистів – Jerry Heil та «МУР». Раніше на лейблі була співачка Кажанна, але в 2026 році вона зі скандалом припинила з ним співпрацю, жаліючись на несправедливі умови;
- «Best Music» – музичний лейбл, що був заснований в 2016 році в Києві і робить акцент на поп-музиці. Серед найвідоміших артистів – Monatik, Артем Пивоваров, Юля Юріна, Павло Зібров та багато інших.

Серед лейблів в сфері інді/альтернативної музики можна відмітити:

- «kontrabass promo» – лейбл та букінг агенція, що було засновано в 2018 році. Наразі на лейблі випускають музику такі гурти як «The Unsleping», «пропаща сила», «headache», Стас Корольов, «Пиріг і Батіг» та інші. Як букінг агенція допомагає в організації концертів як своїм артистам, так і артистам інших лейблів, наприклад «Джозерс», Структура Щастя, Ницо Потворно та іншим. Лейбл неодноразово перемагав в номінації «Лейбл року» на премії «Jager Music Awards» [11]. На їхньому сайті можна придбати мерч артистів лейблу (платівки, футболки, наліпки), а також ознайомитися з нещодавніми релізами артистів лейблу та майбутніми концертами;
- «Plan» – лейбл, що був заснований в 2020 році Дмитром Юрченком. На лейблі видаються такі артисти та гурти як BRYKULETS, «ДК Енергетик», Berliner Doner та інші. Окрім випуску музики, лейбл надає послуги запису на студії, зведення, мастерингу, розсилки на радіо та ЗМІ;
- «No Time For Swing» – лейбл, що спеціалізується на музиці в жанрах джаз та ф'южн. Заснований в 2023 році спільнотою Fusion Jams [12]. Наразі на лейблі видаються такі гурти та артисти як «Nyphen Dash», «19.99», Євген Пугачов та інші. В 2025 році лейбл представив 2 альбоми, «NTFS, Vol 1» та «Swing Live» з записами резидентів лейблу та артистів, дотичних до спільноти. «Swing Live» також був виданий на вінілових

платівках. З 2024 на ютуб-каналі лейблу виходять відео з live-виступами артистів спільноти;

- «Dniprogoror» – лейбл, заснований в вересні 2020 р. Євгеном Гордєєвим та Євгеном Гончаровим [14]. Тримає фокус на електронній сцені Дніпра, випускає релізи таких артистів та гуртів як «Kurs Valut», МС Брехунець, Monotonne та інших. Релізи резидентів лейблу видавалися на фізичних носіях, а також їхні пісні можна почути в саундтреці фільму «Стоп-земля»;
- «Doyouwannalofi?! Records» (скорочено «DYWLF») – музичний лейбл, що був заснований Владиславом Ларкіним в 2022 році спочатку як інтернет-магазин вінілових платівок, а з 2024 функціонує як лейбл [10]. Робить акцент на музиці в жанрах інді-рок, шугейз та lo-fi, на лейблі випускаються такі артисти та гурти як «plaaaato», last past, «Спогади», «Pale Heaven» та інші [8]. На сайті лейблу можна ознайомитися з переліком його резидентів, а також придбати їхній мерч;
- «Erythroleukoplakia Records» (скорочено ELP) – лейбл, що був заснований в Києві в 2020 році [9]. Спеціалізується на андерграундній музиці: шугейз, хардкор, хіп-хоп, скрімо і тд. Серед резидентів – гурти «Meryvo», «delayed minds», «ЯК-НЕБУДЬ», «Альфатер» ті інші. Окрім випуску музики лейбл також займається організацією концертів та інших музичних івентів.

Друковані журнали про музику виходили в Україні ще за часів СРСР підпільно у форматі самвидаву, а також у форматі фанзінів – некомерційних непрофесійних видань, зазвичай надрукованих малим тиражем. Серед визначних музичних самвидав-журналів можна виділити «КиМик», що виходив з 1986 по 1987 та містив рецензії на виступи перших київських рок-гуртів того часу, а також Гучномовець, що виходив з 1988 по 1991 та містив інтерв'ю, огляди альбомів, концертів та фестивалів [25, с.181].

Музичні журнали пізніше почали виготовлятися офіційно та масово, досягнувши свого піку популярності в 90х та 2000х.

Із найвідоміших можна назвати «Галас» (рис 1.3) (журнал на музичну тематику, що виходив з 1996 по 1998 та містив огляди альбомів, інтерв'ю з музикантами та авторські статті [5]), «ХЗМ» (журнал, присвячений молодіжним субкультурам, що виходив з щомісяця з 1999 по 2010), Молоко (молодіжний журнал на музичну тематику, що виходив з 2001 по 2008) та DJam (журнал про електронну музику, що виходив з 2006 по 2011) [20].



Рис 1.3. Обкладинка одного з випусків журналу Галас в 1997 році

Пізніше, з поширенням інтернету, більшість із них припинили існування через те, що попит на друковані видання помітно впав.

Наразі більшість людей читають статті та новини в інтернеті, відповідно унікальною торговою пропозицією журналу «Потоп» є якраз те, що це друкований журнал в добу, коли цього майже ніхто не робить. Молодь звикла читати статті в інтернеті, тому друкований журнал, що можна потримати в руках справді виділяється.

Можна провести паралель з вініловими платівками: в 2010х, в еру стримінгових сервісів та цифрових релізів, нове життя отримали вінілові платівки – вони дають слухачу можливість потримати улюблений альбом в руках, послухати аналогове звучання, та і загалом процес прослуховування платівки сприймається як щось більш особливе, ніж чергове прослуховування пісні чи альбому в інтернеті.

Із конкурентів журналу «Потоп» можна назвати:

- «FaineMo» – журнал, що випускається фестивалем «Файне місто» починаючи з 2025 р. В журналі мова йде про українську сцену важкої музики, випуски містять інтерв'ю з гуртами та рецензії альбомів [17]. Наразі існує 2 випуски (рис. 1.4);
- «Noire» – журнал, що виходить з 2025 р. Розповідає про моду, кіно, мистецтво та фотографію [4]. Наразі існує 3 випуски.



Рис. 1.4. Обкладинка першого випуску журналу FaineMo

Обидва ці журнали почали виходити не так давно, і видно, що саме журнал «Потоп», що виходить з 2021 р., задав цей новий тренд.

При цьому варто згадати, що фанзіни і в наш час є поширеними в мистецьких колах, вони випускаються на музичні, художні та інші теми.

Зіни виконують трохи інші функції, ніж повноцінні журнали, бо фокус робиться більше на DIY-підході, невеликому тиражі та відчутті спільноти, у той час коли журнали виготовляються масово та націлені на масового читача.

Після початку повномасштабного вторгнення в 2022 році музична сфера в Україні зазнала неабияких змін.

По перше, відбувся певний «бум» української музики [23]. Через те що війна поставила під загрозу існування України як держави, українців як народу, і відповідно і української культури, багато хто, навіть з тих хто раніше був не в темі, вирішили більше з нею ознайомитися. Як нові артисти, по типу SadSvit чи Структура Щастя, так і більш старі, по типу «Жадан і Собаки» чи «Мертвий Півень», отримали хвилю популярності, їхні пісні почали поширюватися через мережі «Тікток» та «Інстаграм».

(рис. 1.5)



Рис. 1.5. Кількість відео в мережі «Тікток» під пісню «Касета» виконавця SadSvit

По друге, Україна через війну стала трохи «ізолюваною» в плані концертів. Якщо до 2022 в Україну щороку з концертами приїжджали багато відомих іноземних артистів та гуртів, то зараз це рідкість. Відповідно ця ніша заповнилася українськими артистами, що тепер мають змогу виступати на набагато більших концертних майданчиках та фестивалях, ніж раніше, бо потреба в живій музиці у людей нікуди не зникла.

Також якщо раніше концертні події анонсовувалися на півроку, а то і рік наперед, то в нинішній нестабільний час концерти та тури анонсовуються в доволі невеликий термін – як правило не більше ніж 2 місяці.

Через те що частина музичних артистів служать, у них не завжди є можливість записувати нову музику чи давати концерти, а вже заплановані виступи можуть бути скасовані чи перенесені через службові обставини.

Під час зимових відключень світла чи блекаутів концертним майданчикам треба дбати про наявність генераторів чи інших альтернативних способів живлення, через що ціни на квитки можуть бути більшими, а також організатори фестивалів як правило дбають про те, щоб на місці проведення було укриття.

Концерти тепер по часу планують з урахуванням комендантської години і як правило закінчуються не пізніше 22:00, а також мають загрозу бути зірваними через масовані ракетні атаки.

Багато концертів чи турів стали благодійними – можна згадати гурт «Курган & Agregat», котрі регулярно їздять в тури як Україною, так і за кордоном і 100% прибутку направляють на Збройні Сили України [15].

Також невід’ємною частиною концертів стали благодійні аукціони, що дають можливість збирати десятки, а то і сотні тис. грн. на потреби ЗСУ.

1.7. Джерела доходів видавництва «Потоп» і його авторів

Серед основних джерел доходу видавництва ПОТОП є:

- Відсоток з роялті артистів;
- відсоток з продажу мерчу на сайті;
- продаж журналу «Потоп».

Можливості для артиста монетизувати свою творчість в Україні в 2026 році:

- Роялті з прослуховувань на цифрових майданчиках, ротації пісень на радіо та з використання пісень в фільмах/іграх [22];
- гонорари з концертів та фестивалів;
- продаж мерчу;
- рекламні інтеграції та партнерства;
- пряма підтримка фанатів через сервіси Patreon чи Monobase.

Ще одним з важливих джерел фінансування музичних фестивалів та інших музичних івентів в Україні є фінансування від брендів.

Наприклад алкогольний бренд «Jagermeister», що за останні кілька років став одним з головних спонсорів українського музичного простору. Бренд був спонсором кліпів таких артистів як «Джозерс» та Кажанна (рис. 1.6), спонсорував перші випуски журналу «Потоп», фінансував музичні фестивалі (наприклад фестиваль «Брудний Пес» [24]), а також має власну премію «Jager Music Awards» [13], що проводиться щорічно та дає можливість переможцям отримати грошовий приз, котрий можна спрямувати на розвиток своєї творчості (зйомку та промоцію кліпу).

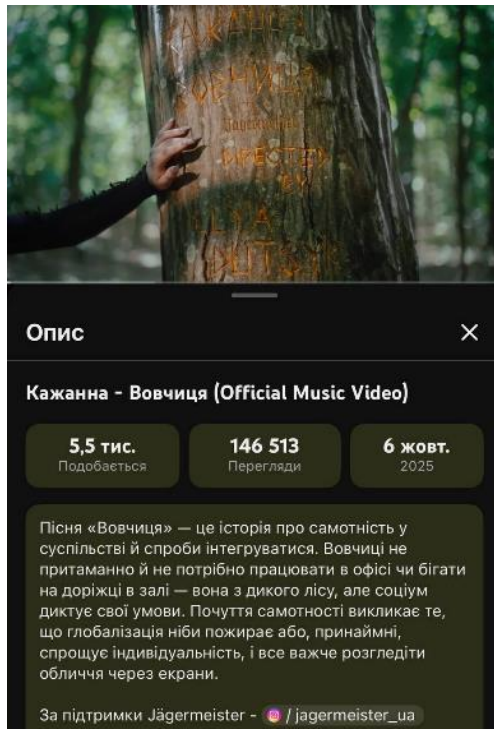


Рис. 1.6. Скриншот кліпу «Вовчиця» співачки Кажанна, знятий за підтримки бренду «Jägermeister»

Також варто згадати про «Uklon». Компанія є одним зі спонсорів фестивалів «Брудний Пес», «Atlas» та «Леся Квартиринка» і навіть надає промокод на знижку його відвідувачам.

Подібне спонсорство покращує суспільну думку про бренд та сприяє утворенню позитивного іміджу, а також напряду веде до зросту збуту [18].

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТА ПРОДУКТІВ ЯК ІНСТРУМЕНТІВ ПРОМОЦІЇ ВИДАВНИЦТВА «ПОТОП» І ЙОГО АВТОРІВ

2.1. Розроблення комунікаційної стратегії з промоції альбому «Sportcafé» – «Go-punk»

Я був залучений розроблення маркетингової стратегії альбому «Go-punk» гурту «Sportcafé». Їхня аудиторія доволі різноманітна, на концертах можна побачити як підлітків-неформалів, так і людей, котрим за 30.

Отже, цільова аудиторія гурту «Sportcafé»:

- як чоловіки, так і жінки
- як молодь (18-30 років), так і покоління старше
- люди, що люблять сильну, драйвову музику та не бояться шукати щось нове
- платоспроможність або середня або вище середньої (щоб можна було купувати квитки на концерти або мерчандайз)

Унікальна торгова пропозиція музики гурту – це драйвовий, експериментальний нойзрок, що руйнує всі стереотипи і уявлення про те, як може звучати гітарна музика. На жаль в Україні цей жанр не сильно розвинений, тому їхня творчість сильно виділяється на фоні інших гуртів.

Ключовий меседж – *«у нойз-рок гурту «Sportcafé» вийшов новий альбом, що кардинально відрізняється по звучанню від усієї іншої гітарної музики в Україні, а також вони відправляються в тур для його підтримки».*

Для каналу комунікації я обрав тікток. Це було зроблено з декількох причин.

Із мінісвіс – альбом звучить доволі застаріло. Рядки по типу «*Ти крутиш спінінер, я кручу до-й*» нагадують тобі, що це все писалось в 2017 році.

Але в будь якому випадку цей альбом - доволі цікавий музичний артефакт свого часу, а також сходинок в еволюції артиста, що пізніше став [Mistromom](#).

Пісні, які раджу послухати: Neverland, Син Ранку

Де слухати: [SoundCloud](#), YouTube

<https://soundcloud.com/didko-trash/sets/didko-durnits-2017>

Мертвий Піаень - Підземне зоо

Здавалося б, що в цьому переліку робить Мертвий Піаень, один з найбільш культових гуртів українського року?

І справді, в 90х гурт випустив багато альбомів, що можна вважати легендарними – Его, Щабдавада, II Testament і тд.

Однак існує альбом Мертвого Піаєня про який нікому ніхто не говорить. Більшість пісень з нього не мають навіть тисячі прослуховувань на Spotify. Навіть після відновлення діяльності гурту в 2023 році про цей вони чомусь не згадують, а пісні з нього не є дуже відомими навіть серед фанатів їхньої творчості.

Мова про альбом Підземне зоо, що вийшов в 1994 році.

Взагалі його можна виділити з декількох причин. Перша – якщо на попередніх двох альбомах чути як гурт постійно експериментує і шукає своє звучання, то на цьому альбомі у них вже присутній свій фірмовий звук, який вони грають і по сьогоднішній день.

Друга – цей альбом це фактично концептуальний арт-рок, здебільшого на вірші Андрюхевича.

На пісню «Країна дітей» навіть існує кліп, знятий Володимиром ~~Зайковським~~ – режисером, що знімав перші кліпи гурту Скрибін.

Пісні, які раджу послухати: Країна Дітей, Єдиноріг

Де слухати: Spotify, Apple Music, YouTube Music і тд.

<https://open.spotify.com/album/4Me7QoGoV4ThyWubAMUgUT7si?si=5AGCSLQBIVMNV36kX-w>

Люди Романтики - Північ-Південь

В 90х було безліч гуртів що записували музику у себе вдома та видавали їх самостійно на касетах. Одним з таких гуртів є Люди Романтики – гурт з Києва, що існував на початку 90х.

Гурт фактично один з найперших грає в Україні жанр surf rock, тільки їхня музика не звучить як типовий серф рок. Замість живих барабанів присутня драм машина, а в купі з гітарами з ефектом реверберації та ~~вогзавані~~ це створює щось справді унікальне, ніби поп музика із паралельного всесвіту і ти не до кінця розумієш що слухаєш.

Альбом Північ-Південь був записаний в 1992 році, але в Інтернет потрапив в 2023, коли колишній барабанщик гурту Іван Москаленко (також відомий як DJ ~~Derbastler~~, туровий ~~діджеі~~ гурту Gogol Bordello) перевидав декілька альбомів гурту в інтернет.

Пісні, які раджу послухати: Заблукав, Курс на полюс

Де слухати: [SoundCloud](#), YouTube, [BandCamp](#)

<https://soundcloud.com/derbastler/sets/lyudi-romantiki-people>

Рис. 2.2. Скриншот статті

2.3. Написання коротких PR-біографій артистів видавництва

Мені дали завдання написати короткі PR-біографії для артистів видавництва (тобто 62 артиста).

Для написання я притримувався декількох правил:

- писати «вічнозелений» текст, котре буде актуальне довгий час, тобто не писати який у артиста був останній реліз чи про інші фактори, що можуть змінитися;
- робити акцент на описі творчості: жанр та тематика пісень.

Для цього мені показали, як працювати з ШІ-інструментом NotebookLM від Google. NotebookLM — це аналог Gemini, де окрім всього можна «згодувати» файли-джерела і на їх основі будуть базуватися відповіді. Туди були «згодовані» усі пресрелізи видавництва за останні 6 років, щоб нейромережа мала розуміння, в якому стилі писати тексти та мала інформацію, на яку можна було посылатися.

Однак практично всі тексти я писав самостійно, лише подекуди використовуючи NotebookLM для референсу чи для кращого підбору слів. (рис. 2.3)

паліндром – музичний проєкт музиканта та режисера Степана Бурбана, що раніше прославився під псевдонімом «Кашляючий Ед» та в складі реп-гурту «Глава 94». В рамках проєкту паліндром він поєднує хіп-хоп, альтернативний рок та електронну музику, рефлексуючи на теми стосунків, війни, дитячих травм, ментального здоров'я та навколишнього світу

POPII – молодий артист із Одеси, що поєднує в своїй творчості бєдрум-поп, інді та ембієнт. Спокійні темпи, приємні гармонії та DIY-продакшен занурюють слухача в атмосферу теплих спогадів, ностальгії та затишної меланхолії.

Джозерс – гурт з міста Калуш, що існував з 2011 по 2025, спочатку як дует гітариста Петра Мацибурки та вокаліста Сергія Воронова, а згодом як сольний проєкт останнього. В своїй творчості гурт поєднує арт-поп, пост-панк та сінтіпоп. Гурт має 6 повноформатних альбомів, 3 з яких – Ускладнені машинні біти, Абсолютна брехня та Післямова – об'єднані в концептуальну «трилогію про любов та смерть». Окрім вищеперечислених тематик, творчість гурту розповідає про пошук себе, ностальгію за минулим та рефлексію на тему війни.

Рис. 2.3. Кілька прикладів написаних мною PR-біографій артистів

Пізніше ці PR-біографії будуть доступні на сайті видавництва.

2.4. Написання пресрелізів для про виходи синглів видавництва

Я написав пресрелізи про виходи 4 синглів видавництва. Всі 4 релізи заплановані на 15 травня 2026 р.

В наш час пресрелізи є дуже важливими для промоції релізу. Вони розсилаються різним медіа та редакторам плейлистів, тим самим підвищуючи шанси того, що про нього напишуть чи додадуть в плейлисти та реліз досягне більшої аудиторії.

Для грамотного написання пресрелізу важливо усвідомлювати 2 речі:

- унікальна торгова пропозиція релізу (що виділяє його на фоні інших, чим він може зацікавити редактора потенційного слухача);
- цільова аудиторія: для кого пишеться пресреліз, що їм цікаво, які сторони треку краще висвітлити.

Також в пресрелізі важливо додавати цитату самого артиста про реліз, а в кінці писати загальну інформацію про нього, іноді з посиланнями на соц. мережі.

Перший реліз — трек «Недоступні» гурту «Апатія».

Трек має виразне електронне звучання, що нагадує електронну музику 2000х (чим відрізняється від звичного емо-рок звуку колективу, але водночас зберігає ностальгію по 2000м, що притаманна їхній творчості) та розповідає про останній танець пари, що от-от розлучиться.

Всі ці фактори я вирішив загадати. (рис. 2.4)

Апатія розповідають про кінець стосунків в новому синглі
 Після минулорічного альбому «Я (не) врятую тебе від самотності» столичні **кберемокошцики** повертаються з новим треком «Недоступні».

Слухати: orcd.co/nedostupni

Композиція занурює слухача в атмосферу **електронщини** 2000х та розповідає про стосунки, що от-от **закінчуються**. Ліричний герой каже своїй другій половинці що ця зустріч може стати останньою та просить її не забувати всі моменти проведені разом.

А почути цей трек, як і інші, **вживу** ви зможете вже 23 травня на **сольнику** Апатії в клубі Atlas.

«Новий **сингл** нашого гурту, яким ми хочемо розпочати епоху **експериментів** зі звуком. "Недоступні" це **суміж** поп-року та старої електроніки з нульових. Ми надихались клубною музикою, зокрема тек **тоніком**. **Наративно** ж пісня описує довег прощання закоханої пари, яка можливо вже ніколи не зустрінеється і тому, вони проживають свій останній вечір разом, як востаннє, щоб потім відпустити один одного» – коментує **фронтмен** гурту

Апатія — кийвський **альтрок** електронний колектив, який досліджує теми самотності та пропонує вихід негативним емоціям через свою динамічну, експресивну та **емпатичну** музику. На рахунок колективу кілька сольних хітів «Кращий час для зустрічі — ніколи», «Що з тобою», «Следи насильства», **колаби** з **Re-read**, CRUSHGLAD й насамперед Структурою Щастя.

Апатія у **соцмережах**:
<https://www.instagram.com/1x1apathy1x1/>
<https://t.me/apathyband>

Рис. 2.4. Мій пресреліз для синглу «Недоступні» гурту «Апатія»

Наступний реліз – трек «FUZZ» виконавця Онісука Тайгер.

Трек є третім синглом з майбутнього альбому артиста та має характерне для нього звучання гаражного року, а також містить відсилку на американський гурт «Fuzz». Текст пісні мені наданий не був, тому інформацію в пресрелізі вирішив будувати саме навколо звучання треку. (рис. 2.5)

Онисука Тайгер продовжує досліджувати гаражний рок в новому синглі «FUZZ»

В новому треку артист намагається додзвонитися до американського гурту Fuzz та занурює слухача в **психоделічну** атмосферу.

Слухати: orcd.co/onisukafuzz

FUZZ – це третій сингл з майбутнього альбому «Ескапізм», для запису якого артист вирішив повністю переосмислити підхід до запису, при цьому залишаючись вірним своєму фірмовому гаражному стилю.

ОНІСУКА ТАЙГЕР — two-man-band Микити Ключніченка та Левка Капранова. У каталозі — мініальбом «Домашній рок», сингл «кожен день, кожну ніч», випущені у 2023 році, а також сингл «Я живу лише спогадами і не вмію цінити сьогодні» у 2024. Також позаминулого року ОНІСУКА ТАЙГЕР в складі **лайв-бенду** з двох чоловік записали «легендарний **лайв** на **коврах**».

ОНІСУКА ТАЙГЕР у **соцмережах**:

<https://www.instagram.com/onisukatiger666/>

Рис. 2.5. Мій пресреліз для синглу «FUZZ» виконавця Онисука Тайгер

Третій реліз — «тіки цей район» реперки SHREKY.

Реліз складається із 2 треків, обидва виконані в фірмовому для артистки жанрі **клауд-репу**, відповідно в пресрелізі згадав як про звучання та атмосферу пісень, так і про текстове наповнення. (рис. 2.6)

«Тільки цей район знає про що сміялась, про що плакала»: **Shreky** випускає новий **дабл-сингл**

Реліз виконаний у звичній для артистки стилі **ціпового клауд-репу**, де спокійні мелодії разом з **автотюновим** вокалом створюють розслаблену, мрійливу атмосферу.

Слухати: orcd.co/shrekyraion

У релізі з 2 треків артистка розповідає про свій емоційний стан, людей навколо, а також **флексить** крупними сумами та реп-штанами.

SHREKY — українська **реперка**, яка працює на перетині жанрів **клауд-репу** та **трепу**. В каталозі виконавиці є такі **сингли**, як «2k16», в якому артистка маніфестує власну естетику, «**бекрус**», присвячений веб-містиці та ще декілька інших.

Рис. 2.6. Мій пресреліз для синглу «тіки цей район» реперки SHREKY

Четвертий реліз — «Чужак» гурту До смерть і довше.

Пісня присвячена військовим, що повернулися з фронту та не можуть знайти собі місце в цивільному житті, а наслідки бойових дій продовжують впливати на їхнє ментальне здоров'я. Тема пісні є дуже важливою та актуальною для нашого суспільства, тому в пресрелізі робив акцент саме на ній, лише трохи згадавши за звучання композиції. (рис. 2.7)

Гурт «До смерті і довше» присвячує новий трек воїнам, що повернулися з фронту

Нова пісня «Чужак» виконана в жанрі готичний метал та розповідає про людину, що пройшла через надскладні умови і тепер намагається адаптуватися до життя в соціумі.

Слухати: orcd.co/chuzhak

Композиція описує слухачу переживання воїна, що не знаходить собі місця в цивільному житті, досі відчуваючи наслідки бойових дій на свій психічний стан та відчувається ніби чужим навіть серед близьких людей.

«Сингл з майбутнього альбому "Іржавий сад". Пісня про складне повернення. Про тих, хто повернувся з війни фізично, але чия душа залишилася на фронті» - коментує реліз гурт.

До смерті і довше — альтернативний рок-гурт з Києва. Їхня музика об'єднує у собі такі жанри, як гранж та думгейз, в більш ранніх роботах — постпанк. У дискографії гурту — дебютний мініальбом «Рефлексивний розлад», а також багато синглів. Цьогоріч гурт випустить свій дебютний повноформатний альбом.

До смерті і довше в соцмережах:

https://www.instagram.com/dosmert_i_dovshe/

<https://t.me/dosmertidovshe>

Рис. 2.7. Мій пресреліз для синглу «Чужак» гурту До смерті і довше

В результаті я краще зрозумів, як треба писати пресрелізи, які сторони релізу краще висвітлювати та як структурувати інформацію, самі виконавці пресрелізами були задоволені а самі пресрелізи були розіслані музичним медіа та редакторам плейлистів.

2.5. Впровадження комунікаційної стратегії для альбому «Go-punk» гурту «Sportcafé»

Промо-відео я монтував в програмі Adobe Premiere Pro на комп'ютері, використовуючи за основу відео з концертів гурту, накладаючи поверх текст пісні та VHS-ефект.

Обговоривши стратегію з учасниками гурту, мені дали пароль до акаунту та я почав публікувати ці відео, додаючи до публікацій хештеги «#noiserock» та «#українськийрок», щоб краще потрапляти в стрічку рекомендацій цільовій аудиторії.

Перше відео було опубліковано 26 березня і наразі налічує 1003 перегляди, 84 лайки та 3 коментарі.

В подальших відео я робив акцент саме на просуванні альбому, ставлячи на фон пісні з нього та пишучи в кінці відео «альбом “go-punk” 03.03.2026». Відео збирали сотні, а то і тисячі переглядів, користувачі підписувалися на акаунт.

Після виходу альбому я змістив фокус уваги відео від альбому до музики гурту загалом. Відео почали збирати вже більше переглядів — по декілька тисяч.

В одному із відео я використав маркетинговий прийом, відомий як «curiosity gap». Ролик містить відео з концерту гурту та підпис «Як звучить український нойзрок?»

Curiosity gap — це своєрідна уявна «прірва» між тим, що людина знає та тим, що хоче знати. Глядач може знати, як звучить український рок та може знати як звучить нойзрок, але при цьому скоріше за все не знає, як звучить саме український нойзрок, відповідно глядачу стає цікаво і він приділяє відео більше уваги. [1, с. 60]

Це спрацювало — наразі це відео має 3905 переглядів і 430 лайків та є найбільш переглянутим на акаунті. (рис. 2.8)

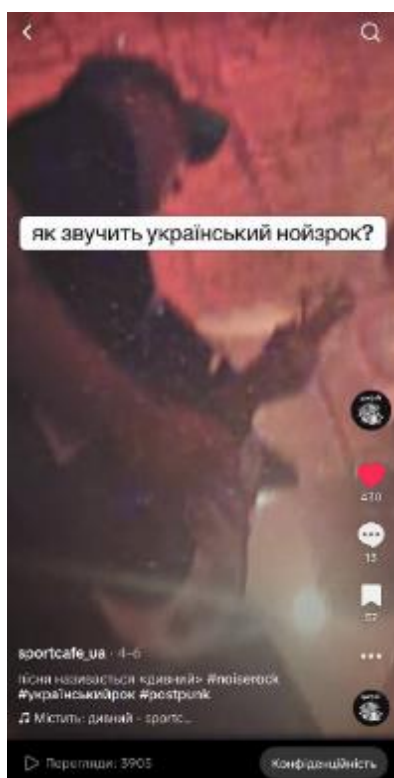


Рис. 2.8. Скриншот з відео

Наразі акаунт гурту має 258 підписників (до того як я почав його вести їх було 0). Після виходу альбому кількість слухачів гурту на платформі

Spotify виросла з 1853 до 5607. Звичайно, цей результат досягнутий не через один лише тіток, але присутність на цій платформі дала гурту можливість досягнути нової аудиторії та помітно розширити фанбазу.

В подальших декількох відео я робив акцент на промоції майбутнього міні-туру гурту. (рис. 2.9)



Рис. 2.9. Скриншот тіток-відео для промоції туру гурту

2.6. Оцінка ефективності комунікаційної стратегії для альбому «Gor-punk» гурту «Sportcafé»

Далі я подивився на аналітику акаунту, щоб краще зрозуміти його аудиторію та наскільки вона збігається з ЦА.

Аналітика тіктоку показує, що аудиторія на 56% складається з чоловіків та на 44% з жінок. (рис. 2.10) 38.6% глядачів складає віковий діапазон 18-24, 46.1% - діапазон 25-34, 7.7% - діапазон 35-44, 3.2% - діапазон 45-54 та 4.4% - діапазон 55+. (рис. 2.11)

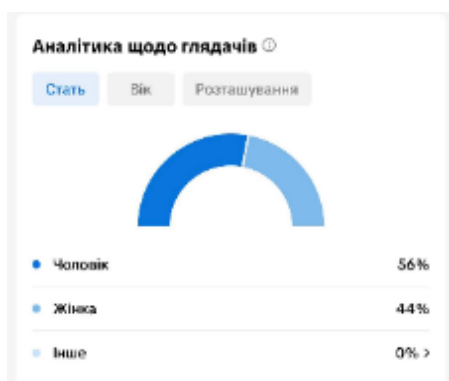


Рис. 2.10. Аналітика тіктоку



Рис. 2.11. Аналітика тіктоку

Щодо географічного розташування то 90.4% - це глядачі з України, а решта – з-за кордону. (рис. 2.12)

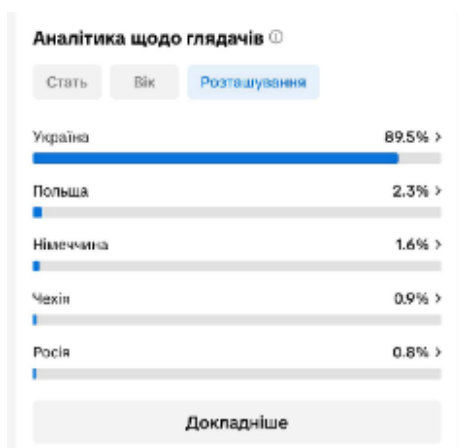


Рис. 2.12. Аналітика тіктоку

За такими метриками можна побачити, що аудиторія акаунту доволі відповідає ЦА.

2.7. Серія коротких розважально-пізнавальних відео на сторінках видавництва

З метою просування нового, шостого, випуску журналу «Потоп» на сторінках видавництва в соціальних мережах «Тікток» та «Інстаграм» були опубліковані розважально-пізнавальні відео. Ідеї були придумані мною, сценарії відео написані теж мною, самі відео були зняті та опубліковані Надією Печуркіною (працівницею видавництва).

Перші кілька відео будувалися навколо статей з цього та попередніх випусків журналу (наприклад «Найкращі забуті британські інді гурти нульових на думку редакції журналу ПОТОП»), але згодом відійшли загалом до теми цікавих фактів про музику (наприклад про найперший український пост-панк гурт або про ранні версії відомих пісень).

Мною були написані сценарії для 6 відео (див. додатки І-ІІ).

В результаті після публікації відео набрали декілька тисяч переглядів (рис. 1.12, 1.13) та більше людей дізналося про видавництво «Потоп» і однойменний журнал.

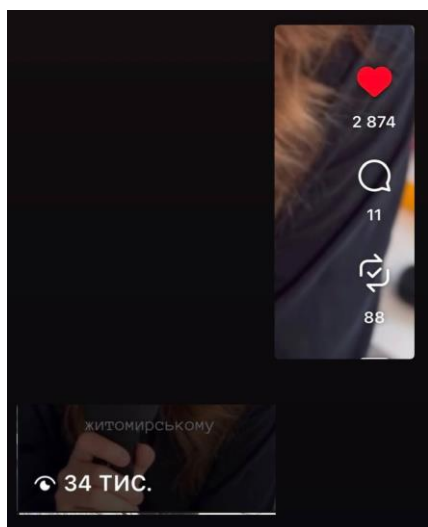


Рис. 1.12. Скриншот, на якому видно кількість переглядів, вподобань, коментарів та поширень одного з таких відео в Інстаграм рилз

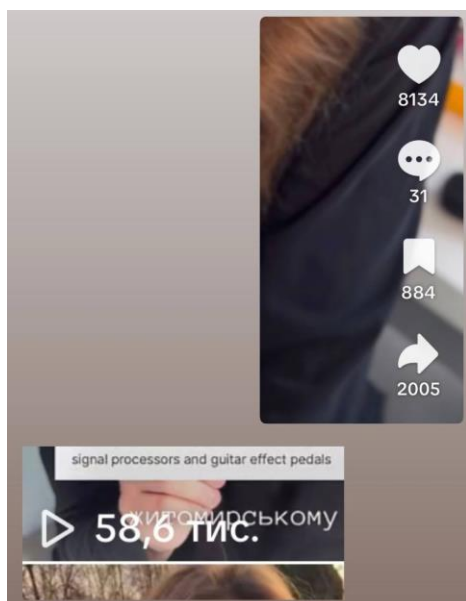


Рис. 1.12. Скриншот, на якому видно кількість переглядів, вподобань, коментарів та поширень одного з таких відео в мережі «Тіток»

ВИСНОВКИ

Мною було охарактеризоване видавництво «Потоп», проведений SWOT-аналіз, досліджена його ЦА, проаналізована контент-стратегія видавництва, розібрані його успішні кейси, проаналізований ринок та конкурентне середовище, проаналізовані джерела доходів видавництва та його авторів.

Були реалізовані наступні промопродукти: кампанія для тіктоку з метою просування альбому «Go-punk» «Sportcafé», стаття для 7 випуску журналу «Потоп», пресрелізи для про виходи 4 синглів артистів видавництва, короткі розважально-пізнавальні відео на сторінках видавництва в інстаграмі та тіктоці та короткі PR-біографії артистів видавництва для його вебсайту.

Аналіз конкурентного середовища та загалом ринку дав можливість краще зрозуміти умови, в яких оперує видавництво.

Аналіз ЦА видавництва «Потоп» та його артистів дав можливість краще зрозуміти інтереси цільової аудиторії та бажані канали поширення для ефективного розроблення піар-стратегії.

Серія розважально-пізнавальних відео на сторінках видавництва в інстаграмі та тіктоці набрали десятки тисяч переглядів та призвели до збільшення впізнаваності видавництва.

Пресрелізи написані мною сподобалися артистам та були успішно розіслані музичним медіа та редакторам плейлистів.

Для подальшого розвитку роботи доцільно розширити аналіз конкурентного середовища на українському музичному ринку, дослідити ефективність впровадженої маркетингової стратегії після її практичного застосування, розглянути можливості розширення сфер

діяльності видавництва, а також дослідити досвід закордонних лейблів у просуванні музики своїх артистів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексіч, Адам. *Algospeak*. Лондон : Ebury Press, 256 с.
2. Бобрицький, Єгор. Слухайте офіційний плейлист «S.T.A.L.K.E.R. 2: Серце Чорнобиля». DTF Magazine. URL: <https://donttakefake.com/sluhajte-ofitsijnyj-plejlyst-s-t-a-l-k-e-r-2-sertse-chornobylya/> (дата звернення: 02.05.2026)
3. Бондаренко, Олексій. Лейбл Мозгі перейменувався на Romitni та оновив список артистів. Лірум. URL: <https://liroom.com.ua/music/mozgi-goes-pomitni/> (дата звернення: 12.04.2026)
4. Вийшов другий номер журналу NOIRE: він присвячений Києву. ТиКиїв. URL: <https://tykyiv.com/news/viishov-drugii-nomer-zhurnalu-noire-vin-prisviachenii-kiievu/> (дата звернення: 17.03.2026)
5. Галас. Легендарний український журнал про музику. Medialab. URL: <https://medialab.online/halas/> (дата звернення: 02.05.2026)
6. Горлач, Поліна. Jerry Heil заснувала власний лейбл та стала продюсеркою. Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/523937-jerry-heil-zasnuvala-vlasnij-lejbl-ta-stala-produserkou/> (дата звернення: 15.04.2026)
7. Денисюк, Ярина. Видавництво ПОТОП представило шостий номер друкованого журналу. Neformat. URL: <https://www.neformat.com.ua/news/27749-vidavnictvo-potop-predstavilo-shostiy-nomer-drukovanogo-zhurnalu.html> (дата звернення: 06.05.2026)
8. Денисюк, Ярина. Знайомство з лейблом DYWLF?!: DIY-естетика без прикрас. Neformat. URL: <https://www.neformat.com.ua/articles/znayomstvo-z-leyblom-dywlf-diy-estetika-bez-prikras.html> (дата звернення: 21.04.2026)
9. Денисюк, Ярина. Знайомство з лейблом Erythroleukoplakia Records: 6 знакових релізів. Neformat. URL: <https://www.neformat.com.ua/articles/erythroleukoplakia-records.html> (дата звернення: 13.05.2026)

10. Джулай, Єлизавета. Український магазин вінілу DYWLF?! переріс у лейбл. Neformat. URL: <https://www.neformat.com.ua/news/26381-ukrayinskiy-magazin-vinilu-dywlf-peretvorivsvya-na-leybl.html> (дата звернення: 24.05.2026)
11. За ким майбутнє української музики: Jäger Music Awards 2026 оголосила переможців. The Village. URL: <https://www.village.com.ua/village/culture/culture-promo/372597-j-auml-ger-music-awards> (дата звернення: 23.05.2026)
12. Карпюк, Єлизавета. Команда FUSION запускає лейбл сучасного джазу. Ось яким буде перший реліз. Donttakefake. URL: <https://donttakefake.com/komanda-fusion-zapuskaye-lejbl-suchasnogo-dzhazu-os-yakym-bude-pershyj-reeliz/> (дата звернення: 16.04.2026)
13. Курінська, Анастасія. Оголосили шортліст Jäger Music Awards 2026: серед номінантів — ведуча "Артилерії" Юлія Ткачук. Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/1260010-ogolosili-sortlist-jager-music-awards-2026-sered-nominativ-veduca-artilerii-ulia-tkacuk/> (дата звернення: 17.04.2026)
14. Лейбл місяця: Dnipropop. Mixmag. URL: <https://mixmagukraine.com/feature/dnipropop> (дата звернення: 07.05.2026)
15. Лобанок, Дар'я. Понад 17 мільйонів гривень для військових зібрали "Курган і Agregat" під час євротуру. Українська правда. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/gurt-kurgan-i-agregat-zibrav-ponad-17-mln-griven-dlya-viyskovih-u-yevroturi-314266/> (дата звернення: 19.03.2026)
16. Максимець, Марія. Що таке лейбли і як вони працюють? Пояснюють автори YouTube-каналу «Звучить!». Лірум. URL: <https://liroom.com.ua/news/zvuchyt-vypusk-6/> (дата звернення: 19.04.2026)
17. Свиридюк, Юрій. Фестиваль Faine Misto презентував власний друкований журнал. Суспільне Культура. URL:

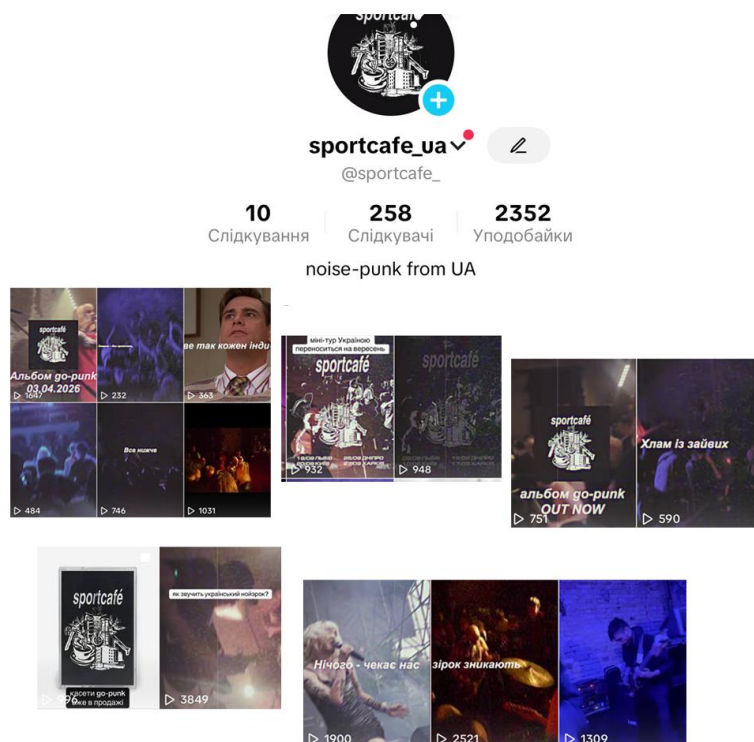
- <https://suspilne.media/culture/1169470-festival-faine-misto-prezentuvav-vlasnij-drukovanij-zurnal/> (дата звернення: 06.05.2026)
18. Спонсорський маркетинг. Азбука. URL: https://azbyka.com.ua/uk/sponsorship-marketing/?srsltid=AfmBOopX6ee0_ZzlRizleiTfZl9asd4nnpnyl6vWyN9pw-h9gpr281op- (дата звернення: 17.04.2026)
19. Тіщенко, Марина. Лейбл alyona alyona та Івана Клименка відкрив офіси у Варшаві та Нью-Йорку. URL: <https://kp.ua/ua/culture/a729658-lejbl-alyona-alyona-ta-ivana-klimenka-vidkrije-ofisi-u-varshavi-ta-nju-jorku> (дата звернення: 12.05.2026)
20. Ткачук, Юлія. Коротка історія українських музичних журналів та що усередині "Потопу" № 5: інтерв'ю з командою. Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/amp/culture/853543-korotka-istoria-ukrainskih-muzicnih-zurnaliv-ta-so-useredini-potopu-no-5-intervu-z-komandou/> (дата звернення: 12.04.2026)
21. Шкіль, Любомир. Запустився музичний журнал «ПОТОП». Adsider поговорив із редакцією. Adsider. URL: <https://adsider.com/ua/zapustyvsia-muzychnyy-zhurnal-potop-adsider-pohovoryv-iz-redaktsiieiu/> (дата звернення: 10.04.2026)
22. Юлія, Ткачук. Що таке роялті в музиці та як це працює: повний гайд для початківців. Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/1261880-so-take-roalti-v-muzici-ta-ak-ce-pracue-povnij-gajd-dla-pocatktivciv/> (дата звернення: 04.05.2026)
23. Як українська музика стає помітною. Skvot Mag. URL: <https://skvot.io/uk/blog/yak-ukrajinska-muzyka-staye-pomitnoyu> (дата звернення: 12.03.2026)
24. Янус, Ксенія. "Брудний Пес" змінює локацію та вперше додає міжнародних артистів до лайн-апу. Neformat. URL: <https://neformat.com.ua/news/28006-brudniy-pes-zminyuie-lokaciyu-ta->

[vpershe-dodaie-mizhnarodnih-artistiv-do-layn-aru.html](https://pershe-dodaie-mizhnarodnih-artistiv-do-layn-aru.html) (дата звернення:
16.05.2026)

25. Янцибор, Дар'я. Дреди, батли і «стіли». Два століття субкультур в Україні. Київ : Лабораторія, 2024, 325 с.

ДОДАТКИ

Додаток А. Скриншот тікток-акаунту гурту «Sportcafé» та відео в ньому



Додаток Б. Скриншот пресрелізу для синглу «Недоступні» гурту «Апатія» (пресреліз розсилається музичним медіа та редакторам плейлистів)

Апатія розповідають про кінець стосунків в новому синглі

Після минулорічного альбому «Я (не) врятую тебе від самотності» столичні кіберемокорщики повертаються з новим треком «Недоступні».

Слухати: orcd.co/nedostupni

Композиція занурює слухача в атмосферу електроніки 2000х та розповідає про стосунки, що от-от закінчаться. Ліричний герой каже своїй другій половинці що ця зустріч може стати останньою та просить її не забувати всі моменти проведені разом.

А почути цей трек, як і інші, вживу ви зможете вже 23 травня на сольнику Апатії в клубі Atlas.

«Новий сингл нашого гурту, яким ми хочемо розпочати епоху експериментів зі звуком. "Недоступні" це суміш поп-року та старої електроніки з нульових. Ми надихались клубною музикою, зокрема тек тоніком. Наративно ж пісня описує довге прощання закоханої пари, яка можливо вже ніколи не зустрінеться і тому, вони проживають свій останній вечір разом, як востаннє, щоб потім відпустити один одного» – коментує фронтмен гурту

Апатія — ківський альтрок/електронний колектив, який досліджує теми самотності та пропонує вихід негативним емоціям через свою динамічну, експресивну та емпатичну музику. На рахунку колективу кілька сольних хітів «Кращий час для зустрічі — ніколи», «Що з тобою», «Сліди насильства», колаби з Re-read, CRUSHGLAD й насамперед Структурою Щастя.

Апатія у соцмережах:

<https://www.instagram.com/1x1apathy1x1/>

<https://t.me/apathyband>

Додаток В. Скриншот пресрелізу для синглу «FUZZ» виконавця «Онісука Тайгер» (пресреліз розсилається музичним медіа та редакторам плейлистів)

Онісука Тайгер продовжує досліджувати гаражний рок в новому синглі «FUZZ»

В новому треку артист намагається дозвонитися до американського гурту Fuzz та занурює слухача в психоделічну атмосферу.

Слухати: orcd.co/onisukafuzz

FUZZ – це третій сингл з майбутнього альбому «Ескапізм», для запису котрого артист вирішив повністю переосмислити підхід до запису, при цьому залишаючись вірним своєму фірмовому гаражному стилю.

ОНІСУКА ТАЙГЕР — two-man-band Микити Ключніченка та Левка Капранова. У каталозі — мініальбом «Домашній рок», сингл «кожен день, кожну ніч», випущені у 2023 році, а також сингл «Я живу лише спогадами і не вмію цінити сьогодні» у 2024. Також позаминого року ОНІСУКА ТАЙГЕР в складі лайв-бенду з двох чоловік записали «легендарний лайв на коврах».

ОНІСУКА ТАЙГЕР у соцмережах:

<https://www.instagram.com/onisukatiger666/>

Додаток Г. Скриншот пресрелізу для синглу «Тіки цей район» виконавиці «shreky» (пресреліз розсилається музичним медіа та редакторам плейлистів)

«Тільки цей район знає про що сміялась, про що плакала»: Shreky випускає новий дабл-сингл

Реліз виконаний у звичній для артистки стилі чіпового клауд-репу, де спокійні мелодії разом з автотюновим вокалом створюють розслаблену, мрійливу атмосферу.

Слухати: orcd.co/shrekyraion

У релізі з 2 треків артистка розповідає про свій емоційний стан, людей навколо, а також флексить крупними сумами та реп-штанами.

SHREKY — українська реперка, яка працює на перетині жанрів клауд-репу та трепу. В каталозі виконавиці є такі сингли, як «2k16», в якому артистка маніфестує власну естетику, «бекрумс», присвячений веб-містиці та ще декілька інших.

Додаток Д. Скриншот пресрелізу до синглу «Чужак» гурту «До смерті і довше» (пресреліз розсилається музичним медіа та редакторам плейлистів)

Гурт «До смерті і довше» присвячує новий трек воїнам, що повернулися з фронту

Нова пісня «Чужак» виконана в жанрі готичний метал та розповідає про людину, що пройшла через надскладні умови і тепер намагається адаптуватися до життя в соціумі.

Слухати: orcd.co/chuzhak

Композиція описує слухачу переживання війни, що не знаходить собі місця в цивільному житті, досі відчуваючи наслідки бойових дій на свій психічний стан та почувається ніби чужим навіть серед близьких людей.

«Сингл з майбутнього альбому "Іржавий сад". Пісня про складне повернення. Про тих, хто повернувся з війни фізично, але чия душа залишилася на фронті» - коментує реліз гурт.

До смерті і довше — альтернативний рок-гурт з Києва. Їхня музика об'єднує у собі такі жанри, як гранж та думгейз, в більш ранніх роботах — постпанк. У дискографії гурту — дебютний мініальбом «Рефлексивний розлад», а також багато синглів. Цьогоріч гурт випустить свій дебютний повноформатний альбом.

До смерті і довше в соцмережах:

https://www.instagram.com/dosmert_i_dovshe/

<https://t.me/dosmertiidovshe>

Додаток Е. Скриншот моєї статті для 7 випуску журналу «Потоп»

Забуті альбоми української музики

Після «буму» української музики в 2022 році люди почали приділяти більше уваги незаслужено забутих українським гуртам.

Загальна публіка відкрила для себе як такі старі **анархопанк** гурти як Цукор Біла Смерть чи Оселедець, так і **інді поп** 2010х по типу **5 хвилин** чи **Тік-Тік**.

Однак деякі гурти так і залишилися маловідомим і про них практично ніхто не говорить. І я зараз не про тих же Цукор Біла Смерть чи Оселедець, а про справді забуті гурти, деякі з котрих мають 6 слухачів на місяць на Spotify. В цій статті я хотів би поговорити про 5 незаслужено забутих альбомів української музики.

Exile – 1st

В 2000х існувало безліч незалежних гуртів, що публікували свою музику на платформі Myspace. Частина з них отримала **квоту** популярності, а частина **забулася**, так і не отримавши славу.

Одним з таких є **Exile** – гурт з Києва, що існував з 2007 по 2010.

В 2009 році гурт випустив єдиний альбом під назвою 1st. На моє здивування альбом навіть є на **світових** платформах, при чому був завантажений туди в 2024 році, через 14 років після розпаду гурту. При цьому гурт наразі має 6 слухачів на місяць у Spotify.

В плані звучання це приємний **інді рок** в найкращих традиціях Yeah Yeah Yeahs, The Strokes та Metric. Пісні справді доволі сильні і жаль що їх ніхто не знає.

Єдиним помітним мінусом альбому є вокал. Манера співу **анархопанк** трюхи не погана а скоріше незвична для такого жанру як **інді рок**.

Пісні, які раджу послухати: Сам Спокій, Більше За Нас

Де слухати: Spotify, Apple Music, YouTube Music і **т.д.**

БАЙСТРОКИ – БАЙДИКІВКА

Батьком сучасного українського репу багато хто вважає **Слоуа**. В цьому насправді є доля правди, бо саме він в 2022 по суті задав стандарт українського **треп** своїм альбомом MEDIV Luff N 5ip, да і по сьогоднішній день диває слухачів цікавими та провокативними треками.

Однак український **анархо** реп насправді бере початок в 2018 році, коли двоє товаришів – Кирило та Діма – утворюють гурт Байстроки. З **організаційним** ним допомагав **Білий** **панк**.

В 2019 році виходить їхній перший альбом під назвою **Байдиківка**. Це 6 треків свіжого **організаційного** **анархопанк** **фанку** та рідкіє про **організаційний** **панк** в українському культурному контексті.

«Оксимитові доріжки, я **фанк** **панк**, Сергій Притула»

Після цього у них вийшов ще один альбом та декілька **сінглів**, і з часом чути як вони покращувалися. Однак в 2021 гурт на жаль припинив своє існування через те, що один з учасників вирішив зав'язати з репом. Інший учасник продовжив сольну кар'єру під псевдонімом **Байдиківка**.

І замість того щоб просто нормально розпастися як інші гурти, вони чогось вирішили видалити всі релізи гурту з усіх платформ, тому наразі їхня творчість доступна лише у вигляді **організаційного** від фанатів.

В будь-якому випадку, гурт неабияк вплинув на розвиток українського **анархо** репу, такі артисти як **Цукор**, **Кестра**, Sad Novelist, **Віні** та **Андрій** казали про їхній вплив на свою творчість та робили на них відсилки, а пісню Землетрус можна почути в **сучасній** фільму «Королі репу».

Пісні, які раджу послухати: Землетрус, **Байдиківка**

Де слухати: **Слоуа**, YouTube, Telegram

0130 – Дурниця

Може здатися що такий жанр як **квартет** повністю оминув українську музику. Однак це не зовсім так.

Ви точно чули про **Місто**? Або як про «легенду українського **квартету**» (і це при тому що **організаційний** пісні у нього усього дві), або через його **організаційний** **квартет**, де він озвучував **квартет** відео та робив українськомовні **квартети** на західні хіти.

Однак до цього всього у нього було ще декілька **квартетів** в різних жанрах, і зараз хочеться поговорити про **0130**.

0130 був активний в 2017 році і випустив один єдиний альбом – Дурниця.

6 пісень, в котрих дуже сильно чути як артист надихався творчістю американського репера Volens і доволі вдало адаптував його стиль під наш контекст.

Є як більш агресивні пісні (Мухи, Сумніви) так і більш ліричні і меланхолійні (Neverland, Син Ранку), котрі вже більш схожі на його майбутню творчість.

Із мінусів – альбом звучить доволі застаріло. Рідки по типу «Ти крутиш **світло**, я кручу **бо-бо**» нагадують тобі, що це все писалось в 2017 році.

Але в будь-якому випадку цей альбом – доволі цікавий музичний артефакт свого часу, а також сходинок в еволюції артиста, що пізніше став **Місто**.

Пісні, які раджу послухати: Neverland, Син Ранку

Де слухати: **Слоуа**, YouTube

Мертвий Півень – Підземне зра.

Здавалося би, що в цьому переліку робить Мертвий Півень, один з найбільш культових гуртів українського року?

І справді, в 90х гурт випустив багато альбомів, що можна вважати легендарними – Ето, **Щобача**, **II Трестерот** і **т.д.**

Однак існує альбом Мертвого Півня про котрий чомусь ніхто не говорить. Більшість пісень з нього не мають навіть тисячі прослуховувань на Spotify. Навіть після відновлення діяльності гурту в 2023 році про цей вони чомусь не згадують, а пісні з нього не є дуже відомими навіть серед фанатів їхньої творчості.

Мова про альбом Підземне зра, що вийшов в 1994 році.

Взагалі його можна виділити з декількох причин. Перша – якщо на попередніх двох альбомах чути як гурт постійно експериментує і **анархо** своє звучання, то

Альбом Північ-Південь був записаний в 1992 році, але в інтернет потрапив в 2023, коли колишній барабанщик гурту Іван Москаленко (також відомий як DJ **0130**, туровий **анархо** гурту Gogol Bordello) перевидав декілька альбомів гурту в інтернеті.

Пісні, які раджу послухати: Заблукав, Курс на полюс

Де слухати: **Слоуа**, YouTube, **Ван**

Додаток Ж. PR-біографії артистів видавництва (пізніше будуть доступні на сайті видавництва)

<p>паліндром – музичний проєкт музиканта та режисера Степана Бурбана, що раніше прославився під псевдонімом «Кашляючий Ед» та в складі реп-гурту «Глава 94».</p> <p>В рамках проєкту паліндром він поєднує хіп-хоп, альтернативний рок та електронну музику, рефлексуючи на теми стосунків, війни, дитячих травм, ментального здоров'я та навколишнього світу</p>	<p>Характер – справжній феномен сучасної української культури. Музичний проєкт Влада Чехути, що активний з 2019 року, на перший погляд може здатися безглуздою маячнею, але за цим всім стоїть справжній геній постмодернізму.</p> <p>Артист не заганяє себе в жанрові рамки, намагаючись балансувати на межі абстрактного хіп-хопу та електроніки, а замість створення музики в цифрових програмах він надає перевагу аналоговому обладнанню. Його тексти темні і абсурдні, що допомагає занурюватися в такі табуйовані теми як наркозалежність і сексуальність, а також оповідають нам про життя в столиці, доводячи градус абсурду до максимуму.</p> <p>Він має культову фанбазу, на його виступи приходять сотні, а то і тисячі відданих фанатів.</p>
<p>анастимоза - співачка із Чернівців. Першу популярність отримала після того як її трек "Проби пробачення" отримав вірусну популярність в TikTok в 2022, надалі випустила синглів та дебютним альбомом "Холодні лапи фауста". В 2024 пісня "Хризанеми" була включена в саундтрек гри «S.T.A.L.K.E.R. 2: Серце Чорнобілля», ставши неофіційним гімном гри та ще більше закріпивши її успіх на інді-сцені. Її творчість просякнута релігійно-езотеричними мотивами та невидимою іронією, сильно резонуючи зі слухачами.</p>	<p>левко – лікар за освітою, гаражний рокер за покликанням.</p> <p>Артист займається музикою багато років, однак першу популярність отримав після релізу альбому «Час покаже» в 2023.</p> <p>Його музика буває як легкою, так і драйвовою, та розкриває такі життєві теми, як кохання, взаємодія з людьми навколо та пошук свого місця у світі.</p>
<p>ROPIL – молодий артист із Одеси, що поєднує в своїй творчості бєдрум-поп, інді та ембієнт. Спокійні темпи, приємні гармонії та DIY-продакшен занурюють слухача в атмосферу теплих спогадів, ностальгії та затишної меланхолії.</p>	<p>Апатія – столичні кіберемокорщики, що за останні кілька років встигли побудувати навколо себе культову фанбазу, що активно відвідує їхні концерти та купує їхній мерч.</p> <p>Під їхні пісні хочеться і плакати і слемитися, іноді навіть одночасно. Гурт вдало поєднує емо та електронщину, аніме та ностальгію по M1, деперсивні тексти та розйобні мошпїти на концертах.</p>
<p>Джозерс – гурт з міста Калуш, що існував з 2011 по 2025, спочатку як дуєт гітариста Петра Мацибурки та вокаліста Сергія Воронова, а згодом як сольний проєкт останнього.</p> <p>В своїй творчості гурт поєднує арт-поп, пост-панк та сінтіпоп. Гурт має 6 повноформатних альбомів, 3 з яких – Ускладнені машинні біти, Абсолютна брехня та Післямова – об'єднані в концептуальну «трилогію про любов та смерть».</p> <p>Окрім вищелечислених тематик, творчість гурту розповідає про пошук себе, ностальгію за минулим та рефлексію на тему війни.</p>	<p>sucilna_nevdacha.exe - музичний проєкт Надії Печуркіної, що активний з 2022 року. За цей час співачка встигла спробувати купу різних стилів та жанрів, досліджуючи теми кохання, самотності та пошуку себе, встигнувши попрацювати з такими артистами як Максим Тоцо, левко, genie cares та іншими</p>
<p>Ницо Потворно - справжня легенда, артист, котрого важко загнати в жанрові рамки чи описати конкретними термінами. Почавши свою діяльність в 2019 році Сергій Гусак встиг випустити купу синглів та мініальбомів, що безкомпромісно та щиро розповідають про деталі його життя: він алкоголізму та роботи лікарем до служби та розлучення.</p>	<p>drimandr – музикант та художник із Івано-Франківська, що пише музику в жанрах бєдрум-поп, емо-реп та лоуфай. Розпочав свою діяльність в 2017 році.</p> <p>Його музика – це меланхолійно-мрійливі пісні про ностальгію по минулому, закоханість та самотність, що занурюють слухача в атмосферу тихого, напівпорожнього міста.</p>

<p>Монтеск'є – музичний проект Ігоря Хоркавого зі Львова, котрого ви можете знати як гітариста Паліндрома. Музика Ігоря – це мрійливий дрімпоп, через реверберовані гітари та вінтажні синтезатори артист занурює слухача в атмосферу міської романтики.</p>	<p>Валя Самурай – легенда українського інді року. Розпочав свою музичну діяльність в 2017 році в гурті «Сонячні Котики», а пізніше також почав сольну кар'єру в 2020 (?) і запам'ятався публіці яскравими виступами та життєвими текстами. Творчість Валі – це інді та панк пісні на побутові теми, такі як дружба, кохання та взаємодії з людьми.</p>
<p>ЛҮКНО – музичний проект Микити Скоковського, гітариста гурту sportcafe. Звучання проекту поєднує впливи пост-хардкору, ґраджу та електроніки, розкриваючи теми пошуку себе у світі, ескапізму, відчуття реальності в умовах війни та надії та краще майбутнє.</p>	<p>Сонячні Котики – гурт з Одеси, що вже майже 10 років грає молодіжний поп-панк каліфорнійського зразку. Пісні гурту на звичні побутові теми – дружба, навчання, стосунки та нестача грошей, через що вони резонують зі слухачами.</p>
<p>Fuji Moodji - гурт з Дніпра, що існує з 2019 року. В своїй музиці поєднують фанк, інді-рок та джаз ф'южн, називаючи це "постфанк". Тексти гурту розповідають про вічуття відчуженості, пошуку спокою та війну.</p>	<p>Максим Тоцо – молодий musical prodigy, що не дивлячись на юний вік вже встиг спродюсувати альбоми таким артистам як provulok, Джозерс, sicilna_nevdacha.exe та багатьом іншим, а також випустити альбом Косметика, котрий добре оцінили критики та музичні видання. Музику Максима складно описати конкретним жанром, там можна почути вплив інді, хайперпопу, індастріалу, тощо.</p>
<p>Микола Пацюк – просто чувак, інді-рок артист, рекордсмен з кількості сайд-проектів. В своїх піснях співає про своє побутове життя – роботу, походи в супермаркет чи на секонд та виживання на 200 грн. Спочатку запам'ятався публіці проектом Пацюк, що в іронічній формі розповідав про життя в провінції та поєднував хадркор-панк з нью металом, після чого почав експериментувати з різними стилями музики, регулярно радує фанатів новою творчістю у різних жанрах.</p>	<p>neagg - музичний проект харків'янина Едуарда Токуєва (також відомого як вокаліста гурту City Of Me), що активний з 2012 року. В своїй музиці поєднує дрімпоп та лоуфай-інді, занурюючи слухача в ностальгійно-меланхолійну атмосферу.</p>
<p>До смерті і довше – гурт із Києва, названий на честь пісні Скрябіна. Музика гурту поєднує в собі купу різних стилей, таких як постпанк, метал та ґранж, а їхні тексти розкривають теми несправедливості світу, смерті та ностальгії по минулому.</p>	<p>Джон Дір - реп-виконавець із селища Близнюки, учасник об'єднання "Селюки". Сольну діяльність розпочав в 2020 році, з тих пір випустивши низку синглів та альбомів, а також співпраці з Джозерс, thekomakoma, drimandr та іншими. У своїй творчості часто досліджує теми меланхолії та нсоатльгії.</p>
<p>D016 – гурт, що був утворений Ігорем (Want To Sleep) та Софією (sofy arty) в 2024 році. Назва гурту означає «не більше 16 років» і творчість гурту їй відповідає – це пісні про юність, підліткові роки та всі його атрибути – небажання дорослішати, поганий досвід в стосунках, вечірки та роботу в общепіті.</p>	<p>KILL! KILL! KILL! - гурт із Тернополя, що був заснований з 2022 року як дует вокаліста/басиста Володимира Томківа та барабанщиці Ірини Романюти, котра пізніше покинула гурт. Наразі колектив існує в форматі тріо. Їхня творчість поєднує енергійне поп-панк звучання з текстами про стосунки, випускаючи пісні як українською так і англійською.</p>

<p>Фангус Фрог – гурт з Олександрії, що був активний з 2020 по 2024 рік. За цей час гурт встиг випустити 4 мініальбоми та низку синглів. Пісні про кохання та пошук себе в цьому світі в плані жанру поєднують в собі інді-рок та фанк, а саксофонні партії лише додають сюди більше романтичної атмосфери.</p>	<p>Юрій Бондарчук отримав першу популярність як фронтмен культового скрімо-гурту "Oh, Deer!". Після їхнього розпаду в 2017 він розпочав сольну кар'єру в жанрі реп. Музика Юрія – це не реп в звичному вигляді, а скоріше речитативна декламація своїх віршів під мрійливо-ностальгічний продакшен, а його тексти розповідають про пошук себе в цьому світі, взаємодію людей в добу соціальних мереж, адаптація до життя в іншій країні (Сполучених Штатах Америки) та смуток за рідним містом.</p>
<p>санкен – сольний проект Олександра Бичкова, відомого гуртом Фангус Фрог. Сольну діяльність розпочав в 2024 спільним з Левком альбомом «гре/бля», і після цього випустив низку інших релізів. Артист не боїться експериментувати з різними техніками запису та тактовими розмірами.</p>	<p>ОНІСУКА ТАЙГЕР - музичний гурт Микита Ключніченка та Левка Карпанова, що у доволі мінімалістичному складі (лише гітара та барабани) досліджує звучання гаражного року.</p>
<p>sportcafe - гурт, що утворився в 2023 році з уламків запорізького гурту Povod. В своїй творчості гурт поєднує нойзрок, постпанк та хардкор. Шумні гітарні текстури, агресивні басові партії, виразний та одночасно розмитий вокал та барабанні партії, зіграні ніби на межі людських можливостей – все це має на меті поставити виклик сталим нормам та принести щось нове в цей однотипний світ. Їхній дебютний альбом do-runk набрав багато шуму в музичній сфері та запам'ятався слухачам незабутньою енергією.</p>	<p>Худбудинок - музичний проект музиканта та художника Тіми Швейкіна із міста Харків. В своїй музиці поєднує тріп-хоп та психоделік-поп, розповідаючи про своє рідне місто, проблеми з ментальний здоров'ям та залежності. Також має проект Cruel blu. Cruel blu - музичний проект музиканта та художника Тіми Швейкіна із міста Харків. В своїй музиці поєднує тріп-хоп та психоделік-поп, розповідаючи про своє рідне місто, проблеми з ментальний здоров'ям та залежності. Також має проект Худбудинок.</p>
<p>zagublena – сольний проект Лідії Юр'євої, вокалістки гурту sportcafe. В рамках сольного проекту випускає синтіпоп-пісні на такі теми як кохання, стосунки та втома від навколишнього світу.</p>	<p>Рііікауи - псевдонім, під котрим мультиінструменталіст зі Львова Павло Олефіренко з 2019 року випускає музику, що стоїть на перетині електроніки, лоу-фау та авант-попу. Артист має низку альбомів, частина котрих сприймаються скоріше як мікстейпи, що охоплюють його творчість за доволі довгий відрізок часу, а також дотримується lofi та DIY вайбу.</p>
<p>The Artistic Rats - гурт із Тернополя, творчість якого вдало поєднує альтернативний рок та реп. В каталозі гурту - альбом, кілька синглів, EP, а також співпраці з drimandr, KILL!KILL!KILL та Євгеном Тимчиком.</p>	<p>Муся – музичний проект Захара Підкевича. Першу свою популярність він отримав через свої SoundCloud-релізи, заробивши лояльну фанбазу ще навіть до першого офіційного релізу на платформах. Муся не стоїть на місці та експериментує з різними жанрами – можна почути як акустичні інді-поп балади про нестабільні емоційні стани, так і треп-пісні про флекс та дороги тачки.</p>
<p>завірюга – амбасадор egg-punk'у в Україні, артист із Черкас. В своїх піснях він не хоче миритися з навколишнім світом та активно підіймає важливі для себе теми – складні обставини життя, ШІ-слон, кохання та рідне місто, і робить це в доволі коротких піснях, котрі як правило ледве перевищують відмітку в 1 хвилину.</p>	

<p>кицям сняться сні - музичний проєкт Остапа Ковалю, що був активний з 2021 по 2023 рік. За цей період встиг випустити низку синглів в різних стилях, від хайперпопу чи арт-попу до акустичного лоуфай-інді.</p>	<p>дисперсія – музичний проєкт Теймура Магеррамова. Його творчість поєднує елементи пост-хардкору, скрімо та металу, досліджуючи теми взаємодії людини з релігією, пошуки себе та взаємодію з навколишнім світом, балансує між ліричною та агресивною формою подання.</p>
<p>otzhepan - проєкт Антона Отже, музиканта, ведучого ОТЖЕ ПОДКАСТУ та організатора київських івентів. В рамках проєкту пише реп-лісні, поєднуючи їх з впливами електроніки та розповідаючи про війну, тривожність, соціальні проблеми та прийняття себе. Окрім цього має панк-гурт "я звільняюсь".</p>	<p>Не дивлячись на невелику популярність, артист вже встиг попрацювати з відомим західними музикантами – барабани на альбомі «проти бога» виконує Бен Коллер, барабанщик гурту Converge, а мастерингом альбому «добраніч, пунпуне» займався Вілл Кіплінгсворт – гітарист гурту Orchid.</p>
<p>Oleksii Podat - музикант зі слов'янська, творчість його варіюється від електроніки до ембієнту та нойзу. В його музиці звук говорить більше ніж слова: нашаровані синтезатори та звукові текстури заглиблюють слухача в неповторну атмосферу.</p>	<p>eat_for_rats - музичний проєкт Еммануїла Курата (відомого участю в гурту The Artistic Rats). Спочатку проєкт був сфокусований на електронній музиці, але з 2024 це також реп. В дискографії артиста низка синглів, а також співпраці з Джозерс, Tommy Kiff та іншими.</p>
<p>невтома – музичний проєкт Іллі Невтоми, котрий відомий проєктом ZIPCULT, а також гуртами івл-івл та Альфатер. В рамках цього проєкту Ілля пише реп з елементами електроніки та глітч-попу, де абстрактні електронні семпли поєднуються з агресивним речитативом, розповідаючи слухачу про пошук себе у сучасному нестабільному світі. Дебютний альбом «подорож тривалістю в біль» добре оцінили музичні критики, а сам Ілля став переможцем Jager Music Awards в номінації "Young Blood".</p>	<p>ShrekY – артистка, що пише неконвенційний аутсайдер-реп. Надихаючись такими легендами клауд-репу як Yung Lean чи Black Kray, вона поєднує мрійливе звучання з свегом, флексом, автотюном та ностальгією по 2к16. Smile, Chaos! - пост-хардкор проєкт, утворений Мирославом Свідероком (барабанщика гуртів Waytaker та sportcafe) в 2020 році. Обмежується виключно барабанами та бас-гітарою, що дає більше простору для експериментів. В 2020 випустив дебютний EP "Something We Both Knew".</p>
<p>NEURODYNASTY - електронний проєкт Тимура Кутька, що активний з 2023 року. За цей час артист встиг випустити низку синглів та альбомів, а також співпраці з такими артистами як Джозерс та D016.</p>	<p>Перець – сольний проєкт Віталія Перця, басиста гурту sportcafe. В рамках проєкту він надихається пост-хардкором 90х та підіймає теми швидкоплинності часу та пошуку власного «я».</p>

Продукти - дует Паші Олєфіренка (Piliikaу) та Регіни Жєлєзнякової (Regina Collage), що був активний з 2019 по 2021 рік. Гурт поєднував фірмові стилі обох виконавців, використовуючи мінімалістичні синти та lofi-продакшен та співаючи про інформаційний шум в інтернеті та пошук себе в цьому світі. В 2024 році всі релізи гурту (1 EP та 1 сингл) були перевидані ПОТОПом на всі стрімінгові сервіси.

Пацюк та Сонячні Котики (не плутати з гуртом Сонячні Котики) – супергурт, що складався з Миколи Пацюка, Валі Самурая, Віталія Перця та Левка. Проіснував всього рік та випустив лише один мініальбом із 3 пісень, але це не завадило гурту полюбитися слухачам та запам'ятатися своїми незабутніми концертами та цікавими каверами на відомі пісні.

Резидент - гурт Юрія Брндарчука, що був активний з 2015 по 2017 та працював на межі поезії та музики. По суті є попередником сольного проекту Юрія, поєднуючи спокенворд поезією та речитатив. В 2022 році всі релізи гурти були перевидані ПОТОПом в рамках однієї компіляції.

івл-івл – скрімо/емокор-гурт із Рівного, що існував з 2022 по 2023 рік і встиг випустити єдиний альбом «я не потрібен мені», що складається із 6 треків. За такий короткий проміжок часу гурт встиг полюбитися поціновувачам емо своєю драйвовою музикою та текстами про пошук себе і взаємодію з цим світом. Наразі вокаліст гурту має сольний проект невтома, а барабанщик – сольний проект дисперсія.

Waytaker – гурт із Мукачева, справжні старожили українського емо. Гурт був активний з 2012 року, в 2026 повернувся після довгої паузи з новим мініальбомом «Пісні Для Втомлених Сердець, Що Продовжують Битися». Їхня музика – це ностальгійний емо-рок в найкращих традиціях 2000х.

пуленбір – дует зі Львова, що в своїй музиці поєднують хіп-хоп та електронну музику. Їхній дебютний альбом «музика грає» вийшов в 2023 році та розповідає нам спогади про довоєнне життя у Львові, вечірки, алкоголь та нічні поїздки на таксі у формі ностальгійного сінтвейв-звучання.

Додаток II. Сценарій для розважального відео

Забуті альбоми української музики нульових на думку редакції журналу ПОТОП

Гудімов – Трампліни

Так само як Джордж Гаррісон є найбільш недооціненим учасником Бітлз, найбільш недооціненим учасником золотого складу «українських бітлз» – тобто Оксана Ельзи – є Павло Гудімов.

Якщо Хусточка і Щурда після уходу створили гурт Esthetic Education і писали доволі таки успішну музику, то Гудімов після свого уходу теж створив свій проєкт, однак не відзначився таким успіхом як його колеги.

Гудімов встиг випустити 2 сольних альбоми.

Найбільш відомий він піснюю Коротка Розмова та кліпом на неї. Розмова справді коротка – кліп був знятий, змонтований та випущений в телефір усього за 3 з половиною години та через це потрапив до книги рекордів Гіннеса. Ну і на жаль окрім цього особливо нічим не запам'ятався.

Альбом Трампліни 2005 року відзначається простотою, легкістю та оптимістичністю, але на жаль українська інді сцена в нульових не була сильно розвинена, тому він не запам'ятався, а через якийсь час проєкт припинив існування.

Шоу Трумена – Чорнобильське Покоління

Справжній андеграундний панк рок родом із Житомира.

Гурт писав пісні на соціальні тематики – одна з пісень буквально називається «Кучма хуй», а інша – Виблядки вітчизни – жорстоко критикує расистів-скінхедів.

Гурт із Житомира, і якщо ви це ще не зрозуміли – у них є ціла пісня, котра оповідає про життя у їхньому рідному місті.

Їхній дебютний альбом Чорнобильське Покоління 2003 року – це щире висловлювання своїх думок у двайвовій панк формі.

Фактично Самі – Кутва Cum Back

Гурт, найбільш відомий як «гурт Ірени Карпи» (спочатку він називався Фактично Самі, потім Цуцра, а тепер знову Фактично Самі, іноді маючи на афішах концертів помітку ex Цуцра, а на стрімінгах вони досі Цуцра)

Найбільш відомі альбомом Іншух 2007 року, але зараз поговоримо про альбом Кутва Cum Back 2003 року.

В плані звучання це гучна суміш ню металу та індастріалу, що ні на секунду не стихає, а тільки дивує слухача сильним напором зухвалості та агресії.

Тексти тут теж доволі злі та відверті і підіймають тематики сексу, ревнощів, злості та бажання послати всіх нахуй.

Про ці та інші забуті альбоми української музики нульових і не тільки можна почитати в 6 випуску журналу ПОТОП, що можна замовити на сайті rotorvudav.com

Додаток К. Сценарій для розважального відео

Найкращі забуті британські інді гурти нульових на думку редакції журналу ПОТОП

Bloc Party

Представники британської постпанк-інді хвилі нульових, але широким масам відомі хіба що кількома піснями.

Їхній дебютний Silent Alarm побачив світ у 2005 році і найбільш запам'ятався хітами Vanquet та Helicopter. Пісні з альбому підіймають теми, що хвилювали британську молодь на той час – дорослішання, кохання, геополітика, фінансове становище і так далі.

А вже через 2 роки виходить їхній другий альбом A Weekend In The City. В плані звучання альбом є більш різноманітним – місцями присутні елементи електронної музики, а текстова складова відчувається більш «дорослішою» - ліричний герой ніби розчаровується у молодіжних субкультурах та у тому, що деякі стосунки просто не спрацьовують, але місцями так само дотримуючись соціально-політичних тем.

Після цього у них вийшло ще декілька альбомів, але широким масам все одно вони більш відомі піснями Vanquet та Helicopter.

Klaxons

В 2005 році кілька студентів вирішили разом грати музику, і вирішили поєднати щось інтелектуальне – наприклад цитати Томаса Пінчона чи Вільяма Берроуза, з чимось простим і доступним для широких мас – танцювальним інді роком.

Вони ж і вгадали термін new wave для позначення музики, яку грали, і цей термін сильно полюбився журналістам того часу, хоча самі Klaxons пізніше казали що не існує ніякого new wave, а цей термін – «жарт що вийшов з під контролю, створений щоб потворити музичналістам»

The Rakes

Гурт, що проіснував усього 6 років і встиг видати 3 альбоми, найуспішніший з яких – дебютник Capture/Release 2005 року.

Текстова складова альбому містить у собі історії з життя британської молоді робочого класу тих часів – робочі будні з зарплатнею 22 тисячі на місяць, знайомства з дівчатами в пабах і так далі. Власне такі тексти в свій час сильно відгукнулися британській молоді, однак в наш час вони доволі мало відомі – на Spotify мають всього лише 40 тисяч слухачів.

Про це і не тільки ви можете почитати в 5 випуску журналу ПОТОП, що можна придбати на сайті rotorvudav.com.

Додаток Л. Сценарій для розважального відео

Як звучали ранні версії відомих українських пісень

Валентин **Скричалю** - Так гріє

Найперша версія пісні була записана Юрою **Карповим** в складі його студентського гурту **Inside** в 2008 році і звучала отак
(вставити демо)

Волод. Відоліясова - Весна

в інтернеті можна знайти ранню версію пісні, котра ймовірно була записана під час роботи над альбомом **Музика** в 1996 році
(вставити демо)

пізніше весь альбом був перезаписаний у Франції

До речі, ви знали що у пісні замість живих барабанів звучить драм машина?
(вставити фінальну версію)

Скрябін - Танець пінгіна

Найперша версія пісні була записана в 1993 році і планувалася для альбому **Технофайт 93**, котрий так і не вийшов через розпад агенції Ростислав Шоу. Пісня мала зовсім інше звучання та мала виразну партію бас-гітари.

(вставити)

Пізніше в 1998 році пісня була перезаписана та видана разом з кліпом
(вставити фінальну версію).

SadSvit - Касета

Сама пісня вийшла в грудні 2021 року і згодом стала хітом
(вставити саму пісню)

Але ще влітку 2021 **Седсвіт** працював над **демкою**, мелодія котрої пізніше була використана в цій пісні. Фрагмент **демки** Богдан показав в своєму телеграм каналі в 2023 році

(вставити)

Додаток М. Сценарій для розважального відео

«Море» це пісня Скрябіна чи ні?

Взагалі найперша версія була написана і записана саме гуртом Скрябін і звучала отак.

(вставити)

Вона була призначена для альбому **Технофайт**, що мав вийти в 1993 році, однак так і не вийшов.

Через це пісню вони віддали співавці Віці **Врадій**, котра також відома під псевдонімом Сестричка Віка. У її виконанні пісня стала доволі відомою.

(вставити тут)

Потім в 1999 році Скрябіни знову повернулися до старого матеріалу і перезаписали декілька пісень з **Технофайту** та видали в альбомі **Технофайт 1999**. Серед них пісня Море, що також стала доволі відомою.

(вставити)

Додаток Н. Сценарій для розважального відео

Як звучав найперший український постпанк гурт?

Гурт Оселедець був створений в 1985 році в польському місті Ельблонг представниками української діаспори. На той момент більшість діаспорян грали більш консервативну музику і на їх фоні гурт Оселедець сильно вирізнявся, бо вони грали суміш панку, постпанку та колдвейву.

Учасники гурту не дуже добре володіли українською, що чутно в акценті вокалістки Ольги Наконечної, але все одно хотіли писати тексти українською, в чому їм допомагали письменники Богдан Гук та Ігор Марушевич.

Гурт давав концерти по багатьом польським містам. Комусь подобалася їхня музика, а когось навпаки відштовхував незвичний звук та тексти. Пізніше в 1987 році гурт розпався.

В 1989 на польсько-українському лейблі Кока Рекордз вийшов їхній єдиний альбом, що містив записи з 1986 та 1987 року.

Пісні на доволі постпанковій тематики, наприклад пісня Україна 86 написана про чорнобильську трагедію, а інші пісні піднімають теми політики, ядерної війни, проституції і не тільки.

Для українського слухача гурт довгий час залишався невідомим, аж доки хтось не завантажив оцифровки з касети в інтернет в 2016 році.

Додаток П. Сценарій для розважального відео

Яке відношення має Житомир до пісні Little Dark Age?

(тут вставити пісню)

Пісня Little Dark Age гурту MGMT вийшла в 2017 році. Замість барабанів в пісні використовується драм машина під назвою Estradin Pulsar. Ця драм машина в 1991 році вироблялася в Житомирі на заводі Електровимірювач.

Сама драм машина звучить отак:

(тут вставити відео)