МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Розвиток музичних проєктів на телебаченні під час війни»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0610-2ж
спеціальності 061журналістика
освітньої програми «Журналістика»
Михайленко Я. П.
Керівник: доц., к. філол. н. *Усманова О. В.*
Рецензент: доц., к. філол. н. *Тернова А. І.*

Запоріжжя 2024

ЗМІСТ

Реферат……..…….....3
Завдання…….....4
Вступ.....6
Розділ 1. Теоретичні засади дослідження на тему «Розвиток музичних проєктів на телебаченні під час війни».....8
1.1. Вплив війни на індустрію музики та телебачення.....8
1.2. Формати нових музичних проєктів на телебаченні.....12
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту.....18
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту 19
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту.....20
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту.....21
2.4. Особливості оформлення проєкту.....23
2.5. Технічні і програмні засоби.....24
2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо).....25
Висновки.....28
Список використаної літератури.....30
Додаток А. Список матеріалів портфоліо 32
Додаток Б. Наукові публікації, сертифікати 33
Додаток В. Сценарій до творчого проєкту.....34
Декларація академічної доброчесності 36
Abstract 38

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: «Розвиток музичних проєктів на телебаченні під час війни».

Обсяг основного тексту: 24 сторінки.

Кількість використаних джерел – 23.

Мета роботи – створити інтерв'ю до програми «На часі», яке буде розкривати питання розвитку музичної індустрії під час війни.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі *завдання*:

1. Знайти та проаналізувати науково-методичну літературу, яка ґрунтується на дослідження теми музичних проєктів;
2. Проаналізувати роботу тележурналістів у період війни;
3. Розробити сценарій для інтерв'ю;
4. Створити цикл програм, а саме інтерв'ю з теми «Розвиток музичних проєктів на телебаченні під час війни» .

Об'єкт дослідження – телепрограма, що присвячена музичним проєктам на телебаченні.

Предмет дослідження – вплив музичної індустрії на суспільство в умовах війни.

Формально-змістові характеристики проєкту. 1 випуск програми «На часі» у жанрі інтерв'ю. Хронометраж відео сягає 23 хвилини. Це є оптимальним часом для сприйняття інформації. Для своєї роботи ми створили контент, який є зрозумілим та легким для сприйняття. Вибір теми визначається актуальністю та для інформаційного простору є актуально. Саме під час війни, музична індустрія зазнає активного розвитку.

Ключові слова: музика, музичні проєкти, контент, проєкти, шоу, музична індустрія, війна, повномасштабна війна.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти- бакалавр
Спеціальність 061 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В.

«17» травня 2024 року

З А В Д А Н Н Я НА
КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ
Михайленко Ярославі Павлівні

1.Тема роботи – «Розвиток музичних проєктів на телебаченні під час війни» («Development of Music Projects on Television during the War»),
керівник роботи – Усманова Олена Вікторівна, доц. к., філол. н.,
затверджені наказом ЗНУ від «8» грудня 2023 року № 2086-с.
2. Строк подання студентом роботи – 31 травня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: О. Іванова, І. Михайлин, О. Мойсеєва, В. Фішер, Ю. Щербина, А. Юсипович.

4.Зміст розрахунково-пояснювальної записки: 1) знайти та проаналізувати науково-методичну літературу, яка ґрунтується на дослідження теми музичних проєктів; 2) проаналізувати роботу тележурналістів у період війни; 3) розробити сценарій для інтерв'ю; 4) створити цикл програм, а саме інтерв'ю з теми «Розвиток музичних проєктів на телебаченні під час війни».

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата, підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Усманова О. В. доц.	12.12.2023	
1 розділ	Усманова О. В. доц.	11.01.2024	
2 розділ	Усманова О. В. доц.	17.02.2024	
Висновки і додатки	Усманова О. В. доц.	10.04.2024	

6. Дата видачі завдання – 20 грудня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт, предмет дослідження	10.12.2023	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела	11.01.2024	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	17.04.2024	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	20.04.2024	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини	25.04.2024	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу	08.05.2024	Виконано
7	Оформити всі додатки.	09.05.2024	Виконано
8	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	10.05.2024	Виконано невчасно
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру.	10.12.2023	Виконано невчасно

Студент _____ Я. П. Михайленко

Керівник роботи _____О. В. Усманова

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ М. В. Чабаненко

ВСТУП

Актуальність дослідження. У період повномасштабного вторгнення, а саме з 24 лютого 2022 року, життя всіх українців кардинально змінилося. Немає ні одної сфери діяльності де б війна не внесла свої корективи і журналістика не виняток. Незважаючи на складні обставини телевізійна журналістика змогла адаптуватися. Після невеликої паузи, знову почалося створення розважального контенту на телебаченні. Музичні проєкти продовжують розвиватися та виконують важливу соціальну функцію. Наразі, музика стала не лише способом відволіктись від реалії війни, а стала інструментом для національної єдності та моральною підтримкою для мільйонів українців.

Музична індустрія почала активно розвиватися, з'явилось багато сучасних українських виконавців. Проєкти на телебаченні зазнали значних змін, що відобразило у собі нові потреби аудиторії. Патріотичні пісні, прямі трансляції концертів, благодійні заходи стали невід'ємною частиною українського ефіру. Вони не тільки несли у собі роль розважального контенту, а й активно сприяли збору коштів для потреби ЗСУ та людей, які постраждали від російського вторгнення.

Варто зауважити, українські виконавці та артисти, віддають шану українським захисниками проводячи для них благодійні концерти, щоб підняти їх бойовий дух. Під час ракетних обстрілів проводять концерти не в звичних місцях, а саме: метро, бомбосховище, тощо, тим самим підіймали дух кожного українця.

Розвиток музичних проєктів під час війни показав, що навіть у найстрашніші часи, мистецтво та творчість залишається важливим елементом у житті людини, здатним надихати та об'єднувати кожного задля спільної мети.

Медійний простір має великий вплив на суспільство і може допомогти об'єднати людей. Тому підіймати бойовий дух та дати можливість відволіктись від війни, ось основна мета телевізійних проєктів.

Мета роботи – створити відеоматеріал до програми «На часі», що буде

розкривати питання розвитку музичної індустрії під час війни.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі *завдання*:

1. Знайти та проаналізувати науково-методичну літературу, яка ґрунтується на дослідження теми музичних проєктів;
2. Проаналізувати роботу тележурналістів у період війни;
3. Розробити сценарій для інтерв'ю;
4. Створити цикл програм, а саме інтерв'ю з теми «Розвиток музичних проєктів на телебаченні під час війни».

Об'єктом дослідження телепрограма, що присвячена музичним проєктам на телебаченні.

Предмет дослідження: вплив музичної індустрії на суспільство в умовах війни.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Обсяг основної роботи 24 сторінки. Список використаної літератури включає 22 найменувань (викладених на 2 сторінках).

РОЗДІЛ 1

РОЗВИТОК МУЗИЧНИХ ПРОЄКТІВ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

1.1. Вплив війни на індустрію музики та телебачення

У період повномасштабного вторгнення музична індустрія зазнала великих змін. Головною метою музики сьогодні є: підтримувати, відволікати від негативу та продовжувати вдосконалювати культурну спадщину України. Тому зараз з'являється багато нових виконавців та навіть деякі з них використовують вірші відомих українських поетів, роблячи з них пісні.

Як зазначає В. Фішер «Повномасштабна війна Росії проти України активізувала потребу у володінні державною мовою серед українців. Ця війна суттєво вплинула на свідомість українців різних поколінь та змінила їх ставлення до національного мистецтва. В результаті, українці масового почали слухати українську музику, читати українські книги, та створювати новий якісний український контент» [21, с. 200-201].

Під час війни з'явилися нові музичні жанри та тематики, зокрема пісні-молитви, пісні-хроніки, пісні-протести. Замість традиційним розважальним темам прийшли: про війну, єднання, любов до Батьківщини, надію на перемогу, кохання. Музиканти також зосереджуються на темах єднання українського народу, любові до Батьківщини та віри в краще майбутнє. Українська музика перетворилася потужним інструментом інформаційної боротьби [20].

Варто зазначити, що в музичній індустрії відбулось багато змін в період широкомасштабної війни. Це стосується не тільки музичних жанрів, а в першу чергу мови. Першочергово суспільства, а згодом й музики торкнулося мовне питання, тож творчість більшості російськомовних виконавців перебудувалася на україномовний лад. Відтак автори пісень почали писати виключно рідною мовою, а тим паче схиляються до перекладу давніх пісень з російської на українську, що є позитивною зміною в музиці. До процесу перекладу своїх музичних творів доєдналася Оля *Полякова, MONATIK, DOROFEEVA, Макс Барських, NK, Наталія Могилевська* та інші. Деякі зірки зберігають за собою право не

перекладати свої старі пісені, проте охоче довіряють це іншим виконавцям, таким як *SHUMEI*, який виконав пісню *Тіни Кароль «Выше облаков»* українською [7].

Українська музика лунає навіть за межами нашої країни і не через те, що багато українців змушені були покинути свою рідну землю, та перебувати за кордом. Весь світ спостерігає за діями у нашій країні, а завдяки пісням про війну, вони можуть відчути всю біль українців. Але сучасна музика не тільки про жах воєних дій – це змога показати світу нашу культуру та цінність. Тож українські виконавці почали все активніше просувати свою творчість на стримінгових платформах таких як: Spotify, Apple Music та YouTube Music, що дає змогу просувати музику за межами країни та заробляти кошти на музичних платформах-зазначає LIGA.Life [14].

У 2023 році українські виконавці значно підвищили своє перебування в українських чартах, а кількість переглядів підвищилась у декілька разів – це не тільки яскравий приклад українізації, яка відбувається без примусово, а й відіграє у підтримку української культури. До 2020 року основним джерелом доходу українських музикантів були концерти та співпраці із брендами, тоді як стримінгові платформи залишалися на другому плані [9].

«Загалом за березень 2024 року наші артисти фул-менеджменту мали близько 100 млн стримів на вказаних платформах, з яких Spotify займає приблизно 4%, Apple Music – 5%, YouTube Music – 91%», – розповіла Катерина Дмитренко (генеральна директорка музичного лейбу ENKO) у коментарі LIGA.Life [14].



Рисунок 1.1.1 – LIGA.net.

Але не зважаючи на активний розвиток української музичної індустрії українці продовжують слухати російську музику ,але вже у меншій кількості. Незважаючи на те, що кількість російського сегменту не дорівнює нулю, вона значно зменшилась, майже у чотири рази. Це створило простір і можливість для нових українських співаків та гуртів виходити на ринки із значним попитом. Є багато прикладів того, як співаки з невеликою аудиторією набували популярності по всій території України [19]. Сьогодні в українських чартах таких, як Apple Music та Spotify можна побачити російських виконавців у десятці лідерів.



Рисунок 1.1.2 – Molfar.

Прослуховування російської музики в умовах повномасштабної війни можна розглядати як не пряму агресію проти нашої країни. З кількості переглядів та прослуховування російського контенту, більшість їх податків йде на зброю проти українців. Тому зараз, як ніколи раніше, треба споживати більше українського «продукту» і відмовитися від всього що створює країна агресор. Українське медіа продовжує створює багато якісного і цікавого матеріалу під різну цільову авдиторію.

Значного розвитку зазнала не тільки музична індустрія, а ще і телебачення. Звісно, у перші дні війни, всі цікавилися тільки новинами і всім було не до розважальних телепрограм. Проте, для медіа, є ключовим аспектом аудиторна орієнтація. Аудиторія ЗМІ, як споживач, представляє собою сукупність людей, які мають спільні характеристики, що включають інформаційні інтереси та потреби, обумовлені їхньої соціальної приналежності [11]. Це передбачає собою

розуміння потреб, інтересів та очікування аудиторії. Саме через потреби глядачів, медіа повернуло в ефіри розважальні шоу. Звісно фундаментом для створення нових шоу стала музика, патріотизм та незламність українців.

Телебачення відіграє велику роль у підтримці музичних та розважальних проєктів в умовах війни. Ознайомившись із джерелами масової інформації можна визначити, що основною метою розважальних шоу є:

1. Просування україномовних шоу (більшість українців, до війни, споживали російський та білоруський контент. Це в більшості стосується розважальних програм, фільмів, музики та ін.)
2. Відволіктися від страшних реалій;
3. Проживати події через призму гумору [18].

Як зазначив Міністр культури та інформаційної політики О. Ткаченко: «Діячі мистецтв готові працювати нон-стоп аби полегшити страждання людей від пережитих жахіть війни, подарувати позитивні емоції дорослим та дітям, а також відродити надію та віру в краще майбутнє. Культура – це м’яка сила. Вона здатна повернути українців до нормального життя в новій воєнній реальності» [10].

Багато людей вважає що розважальний контент у період війни недоречний або навпаки, про українську культуру та цінності. «Хибно вважати, що розваги та контент про культуру – аналогічні формати. Вони мають різну аудиторію, бюджети та різні цілі. Розважальний контент охоплює багато експериментів, прощупування аудиторії на різні хайпові теми й може містити низку стереотипних висловлювань, забобонів, неетичних речей та жартів» [2].

Розважальний контент в медіа спрямований на відволікання аудиторії від трагічних тем у період повномасштабний війни. Завдяки багатьом зіркам шоу-бізнесу (які саме приймають участь у розважальних шоу) було проведено благодійні заходи і завдяки долученню своєї аудиторії, змогли задонатити на масштабні збори бійцям ЗСУ. Завдяки прямим ефірам на телеканалах та YouTube, було закрито багато зборів на потребу бійцям та людям які постраждали від рук агресора. За рахунок розважальним шоу, якими цікавиться аудиторія, активно сплачуються податки на підтримку економіки країни [18].



Рисунок 1.1.3 – Instagram: @misha_lebiga.

Варто зазначити що, під час повномасштабного вторгнення, індустрія музики та телебачення зазнала значних змін. Представники цих ніш, все частіше, почали співпрацювати над створенням нового контенту для аудиторію. Вважаємо, що ця тема є наразі актуальною, бо у нас є можливість спостерігати за створенням сучасних українських проєктів без залучення російських гостей, як це було раніше.

1.2. Формати нових музичних проєктів на телебаченні

У нових реаліях, багато телевізійних програм почали бути не цікавими та пішли на другий план, і музичні проєкти не є винятком. В перші дні війни, люди були розгублені і, окрім цілодобових новин, їм було не до розважальних шоу, тож всі телепроєкти були поставлені на паузу. На третьому місяці війни країна поступово приходите в себе від шокового стану, який був виникнений раптовим початком війни . На телебаченні постійно транслювався єдиний телемарафон, проте, вже тоді, в українців з'являлося бажання дивитись не тільки новини та військово-політичні коментарі нон-стоп 24/7 [6].

Першими в ефірах почали з’являтися ранкові шоу. Тож окремі телевізійні

мовники в Україні відновили або започаткували ранкові шоу в своїх ефірах. Зокрема, це стосується «Ранку у великому місті» на каналі ICTV2, «Ранку вдома» на телеканалі «Дім». Також у червні 2023 року стартувало «Перше шоу» на телеканалі «Суспільне Культура» [6].

З великої кількості телепрограм, які транслювалися на телеканалах, першими в ефір з'явилися ранкові шоу. *А.* Юсипович розважальні програми поділяє наступним чином:

- контактні програми (ток-шоу);
- інтелектуально-розважальні програми;
- програми-«інфотеймент».
- реаліті-шоу;
- розважальні шоу-видовища;
- світські хроніки (програми про моду та модне життя);
- музичні програми;
- ігрові розважальні програми (інтерактивні ігри);
- кулінарні шоу;
- гумористичні програми;
- «програми-перевтілення» [22].

Авторська програ́ма на телебаченні – телевізійна програма, концептуально розроблена та реалізована як авторський проект –від оригінального задуму до керівництва та контролю на всіх етапах колективного програмно-телевізійного виробництва [12].

Як зазначає кандидат філологічних наук Т. Ковтун авторські програми поділяються на:

1. інформаційно-аналітичні;
2. публіцистичні;
3. розважально-ігрові [12].

Майже кожна з цих класифікацій зазнала змін під час повномасштабної війни. При цьому, за схемою Ч. Міллса, основними функціями журналістики залишаються:

- Інформаційна;

- забезпечувати інформацією про події в країні й світі;

- сигналізувати про стосунки з владою;

- полегшувати оновлення, адаптацію і прогрес.

- Корельована;

- пояснювати, інтерпретувати і коментувати зміст подій та новин;

- забезпечувати підтримку існуючої влади і норм;

- соціалізувати; координувати різні форми діяльності;

- домагатися консенсусу;

- встановлювати пріоритетність і сигналізувати про відносний статус.

- Розважальна

- забезпечувати розваги, відволікання, засоби розслаблення;

- знижувати напруженість у суспільстві [15].

Під кожний інформаційний продукт є своя цільова аудиторія. Музичні програми – це програми, розраховані не на "спеціалізовану аудиторію", а на глядача будь-якого віку та соціального статусу, котрий цікавиться життям зірок (так званою «попсою») [23].

Ю. Щербина виділяє ознаки за якими можна охарактеризувати розважальний жанр:

1. Легкість змісту сценарію на сприйняття глядачем.

2. Дух змагання, співпереживання, залучення глядача до участі (смс-голосування, дзвінки у студію, участь у конкурсах тощо).

3. Задоволення глядача від перегляду, релаксація фізичних сил.

4. Видовищність програми.

5. Креативність способу реалізації змісту програми.

6. Інноваційність, несхожість між собою в організації проведення.

7. Індивідуальні особливості ведучого, його популярність й відомість [22, с. 255].

Музична журналістика – це підґрунтя для творчого розвитку тих, хто хоче та пробує дізнаватися про цікаві явища музичної культури України і світу,

популяризувати ідеї мистецтва серед широкого загалу. [5]. У період повномасштабної війни робота музичного журналіста полягає у тому, щоб висвітлити для аудиторії актуальні музичні композиції. Це дає змогу для слухача завжди бути у тренді та слухати нові хіти українських та зарубіжних виконавців.

Телеканали активно продовжують створювати україномовний контент такий, як розважальні та музичні шоу. Більше того, відомі телеканали, почали транслювати свої проєкти не тільки у ефірах ТБ-мовника, а і на YouTube. Завдяки цьому, глядач не пропустить улюблені шоу та зможе дивитися програми без перерви на рекламу. Це нагода для глядача споживати український продукт, а творцям проєктів залучати більшу кількість аудиторії.

Розглянемо яких змін зазнали музичні телепрограми та які нові ТБ-шоу з'явилися в ефірі. Після об'єднання телеканалів, «1+1» та «ТЕТ», з'явилось багато цікавих шоу у тому числі, музичних.

Шоу «Пісня мого життя» – це адаптація популярного фінського проєкту «Song Of My Life». В Україні шоу стартувало у березні 2024 року на телеканалі «1+1», і ведучою стала Катерина Осадча. У шоу брали участь зіркові гості та лідери думок. Згідно з правилами програми, вони обирали пісні, які асоціюються у них з певним періодом їх життя, а сучасні українські артисти виконують пісні на сцені. Глядачі та гості програми намагалися відгадати, чия історія захована під заспіваною піснею [3].

Нині шоу «Пісня мого життя», набуває популярності серед української аудиторії. До запуску цього проєкту, на «1+1», був створений спецвипуск на популярному ТБ-шоу Фінляндії. Цей епізод був присвячений на підтримку українців і пропозиція спільного випуску була зі сторони Фінляндії . Як коментує український ведучий Тімур Мірошниченко: «Насправді це фіни запропонували на знак солідарності й підтримки України зробити окремий епізод вперше в історії цього шоу не серед фінських зірок і селебріті, а зробити конкретно епізод, присвячений Україні. Пару місяців підготовки – і все це сталося» [17].

«Це не аби яка підтримка зі сторони Фінляндії, цей випуск транслювався не лише у межах країни, а по всій Європі. Усе заради того, аби якомога більше

людей у світі дізналися про нашу культуру, загарбницьку політику Росії, про мужній спротив українців та підтримку світу» [17].

Що стосується музичних шоу, які вже довгий час перебувають у ефірах, то проєкт «Голос країни» знову з'явився у ефірі. Після паузи, 13 сезон вийшов на екрани у 2023 році. Він став європейським через те, що зйомки програми відбувалися у Польщі за підтримки польського мовника TVP. Метою шоу було підтримати український народ, який проявив силу свого духу та талант на міжнародній арені. «Голос країни-13» об'єднав українців з різних куточків світу на знімальному майданчику в Польщі [4]. Участь у шоу брало багато біженців, які через воєнні дії в Україні були вимушені переїхати за кордон. Попри всі страшні події, які відбуваються у нашій країні, українці продовжують підтримувати один одного та створювати якісний український продукт. «Наразі «Голос країни» продовжує музичну оборону, посилюючи українську ідентичність та даючи відсіч окупантам на культурному фронті. Крім цього, проєкт мав і потужну благодійну складову – зазначили автори шоу» [1].

За допомогою таким масштабним проєктам і їх об'єднання з благодійними фондами, які залучають глядачів, через СМС донатити на потреби ЗСУ. Це дає можливість не тільки збільшувати аудиторію, а й допомогти захисникам України.

Музичні проєкти продовжують набирати обертів. Наприклад, «Новий канал» готується до зйомок нового пісенного шоу «Неймовірні дуети», у якому один з зіркових тренерів стане MONATIK. У новому музичному шоу,яке розпочнеться цієї осені, насамперед можуть взяти участь молоді аматори, які пишуть і виконують власні пісні. Про це повідомив креативний продюсер «Неймовірних дуетів» Валерій Корсунський [13].

На телебаченні є також багато шоу, в яких використовуються пісенні конкурси, але це не є музичними проєктами. Наприклад: «Хто зверху», «Я люблю Україну», «Україна неймовірних людей» та багато інших.

Сьогодні музичні шоу не тільки про пісні. Це змога, через призму музики, передати почуття і переживання кожного українця всьому світові. Багато українських зірок влаштовують благодійні концерти за кордоном. Завдяки

небайдужості наших виконавців, залучається ще більше людей для донатів на допомогу Україні.

Співаки продовжують брати участь у світових шоу, показуючи іншим країнам про біль та переживання кожного українця. «Євробачення» – це вже давно не просто музичне шоу, у ньому висвітлюється багато важливих проблем. Кожен рік представники країн розкривають світову проблематику. Через свої пісні та епатажні образи вони показують світові, що в суспільстві безліч невирішених питань. Через музику вони доносять світові актуальні проблеми та не порозуміння суспільства. Це стосується рівності ЛГБТ-спільноти, підтримка біженців, проблем екології та багато іншого.

Для України «Євробачення» вже давно стало не лише пісенний конкурс, але і великою можливістю привернути увагу всього світу. В умовах повномасштабної війни Україні потрібно використовувати всі можливі платформи, щоб нагадати світу про війну та важливість підтримки. Крім того, символічним є той факт, що цього року шоу, як і минулого, проходить під гаслом «Об’єднані музикою» [8].

Попри війну, ми повинні продовжувати заявляти світу про свою ідентичність та показувати, як звучать наші пісні. Як наголосив музикант Валерій Харчишин: «Для музиканта – це може бути гарний старт та можливість познайомити світ з українською культурою. Ми маємо яскравий приклад – гурт "Go-A" нині подорожує турами всією Європою, збираючи локальну публіку. Ми маємо захопити музичний ринок світу, або зайняти хоча б якісь позиції для того, щоб Україна стала цікавою. Тому потрібно виступати, якщо є така можливість, є такий конкурс. Якщо з’явиться інший – ми маємо обов’язково й туди зайти зі своїм музичним контентом для того, аби заявити про себе» [16].

Не зважаючи на війну, наш народ продовжує співати та брати участь у масштабних шоу таких, як «Євробачення», «Голос країни», «Пісня мого життя» та інші. Це дає змогу показати світу нашу ідентичність, та через пісні показати силу та незламність нашого народу.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1.Опис та обґрунтування творчого проєкту

Під час повномасштабної війни в Україні, всі професії зазнали великих змін і журналістика не виняток. Медіа відіграє важливу роль у суспільстві та на разі, як ніколи раніше, висвітлює інформаційний фронт. У період російсько-української війни всі представники ЗМІ вважаються військовозобов'язаними та повинні нести певний внесок для суспільства, а саме: інформувати, спростовувати фейки, висвітлювати важливі для суспільства теми та інше. Але журналістика-це не тільки про війну. Вона має багато класифікацій і ми маємо на меті розглянути саме телевізійну журналістику. Програми на телебаченні поділяються на розважальні, а один з її видів – це музичні програми. Саме музичні програми стали головною темою для написання кваліфікаційної роботи.

Я вважаю необхідним звернути увагу на розвиток музичних програм на телебаченні під час війни. Індустрія музики в Україні почала стрімко розвиватися саме під час повномасштабного вторгнення. Почало з’являтися багато музичних жанрів та нових виконавців. Пісні стали більше якісними, і українці почали свідомо відмовлятися від прослуховування російських виконавців та надають перевагу сучасній українській музиці. Музичні програми не є винятком. Після невеликої паузи вони почали стрімко розвиватися, з’явилось багато нових шоу, та навіть звичні для нас програми зазнали змін у кращу сторону. Аудиторія почала більше цікавитися новим контентом та підтримувати вітчизняні проєкти.

Також варто звернути увагу на розвиток музичних програм, та музику з психологічної сторони. Для багатьох пісні, це емоційне перезавантаження. Під час перегляду програм чи прослуховуванні музики, кожна людина проживає свої емоцію по новому. Для когось це смуток, для когось радість, але все одно людина перезавантажується і хоч на деякий час може повернути себе у життя яке було до війни.

Творчий проєкт, підготовлений на захист кваліфікаційної роботи бакалавра

складає самостійно розроблений та виготовлений телевізійний матеріал, а точніше інтерв'ю для проєкту «На часі». Мною був підготовлений один випуск програми.

Цей творчий проєкт дає можливість поширювати історію героїв і як, під час війни, продовжують створювати музичні доробки та з якими проблемами вони можуть стикатися. Це може відображати зміну в музичному просторі, заохочення нової аудиторії та сприяти покращенню контенту. Потенціал мого творчого проєкту є достатньо значним. Телебачення, як медіа, дає змогу передати глядачу почуття та поновлювати атмосферу, що дає змогу зазначити суспільний бік розвитку музичних проєктів на телебаченні під час війни.

Я виділила декілька переваг свого творчого доробку:

- телебачення, як медіа, дає можливість всесторонньо розкрити героя та висвітлювати цікаві питання, а саме, як під час війни розвивається музика і з якими труднощами стикаються музиканти у цей нелегкий час. Здатність передати атмосферу та переживання гостя, дозволяє краще зрозуміти виконавця та призводить до емоційного зв'язка з аудиторією.

- проєкт для телебачення може залучити велику кількість глядачів. Також, після виходу випусків на телеканалі вони можуть виходити на YouTube, для людей які знаходяться закордоном або пропустили випуск в ефірі.

- маю перед собою мету представити музичного виконавця, відкрити проблематику розвитку музики під час війни. Мій проєкт відкритий для всіх глядачів, які цікавляться музичною індустрією.

Реалізація практичної частини цієї роботи повна надій. Залучення уваги до нових виконавців, їх потенціал у створенні якісної музики, допоможе привернути увагу до нових голосів нашої країни. Телебачення, як потужний простір ЗМІ, може вплинути на аудиторію і більше висвітлити проблематику створення нових українських хітів. З долученням інтернет платформ можна досягнути поширення контенту не тільки на телебаченні, а також на YouTube каналі. Було б добре залучити партнерів, робити колобарації з відомими артистами для залучення ще більшої кількості аудиторії. Такий контент доволі довго буде залишатися

актуальним так, як тільки з початком війни українська музична індустрія почала свій розвиток.

Великої кількості перешкод для розвитку цього проєкту я не бачу. Так, як він буде виходити не тільки на ТБ, а й на YouTube. Залучити спонсорів та впроваджувати рекламу буде доволі реально.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Проєкт «На часі» розрахований на різну цільову аудиторію, бо розповідає історію людей, які займаються музикою і з якими труднощами у створенні своїх пісень вони стикаються. Він буде цікавий як для молоді, так і для більш старшого покоління. Якщо брати до уваги мій творчій проєкт, я маю на меті залучити досить широку кількість аудиторії. Тема розвитку музичної індустрії охоплює достатньо різні вікові категорії: підлітки, дорослі. Стосовно вікового діапазону, то це підлітки від 16 років і дорослі до 60 років. Це свідчить про те, що проєкт доволі універсальний і підходить для залучення ширшого аспекту цільової аудиторії. Найбільший акцент буде зроблений на людей, які займаються музикою професійно або аматорам, а також буде корисним для населення яке цікавиться музикою.

Якщо брати до уваги стать то для цього проєкту вона не має значення, бо він буде цікавим як для жінок, так і для чоловіків. Що стосується гендерної ідентичності, то творчий доробок не спрямований на конкретну приналежність до гендера. Він дає змогу кожному ознайомитися з біографією та зрозуміти складнощі запису пісень під час війни.

Територіальні кордони проєкту охоплюють всю територію країну та навіть закордоном. Це дає змогу, щоб якомога більше зацікавленої аудиторії
могли споживати наш контент, не дивлячись на своє місце знаходження.

Соціально-демографічні показники, якщо говорити про них, вони не мають конкретного значення для цього матеріалу. Що стосується вікової категорії, вона може бути різноманітною, варіюється від підлітків до більш старшої аудиторії. Якщо розглядати за рівнем освіти, то я вважаю, що людям і без конкретних

музичних знань буде цікаво дивитися інтерв'ю.

Отже, аудиторія цього проєкту може мати різноманітні погляди, об'єднувати під час перегляду інтерв'ю їх буде: знайомство з новими виконавцями, зацікавленість у тому, як створюються пісні під час війни, яких розвитків зазнала індустрія музики в Україні.

Цей творчий доробок спрямований на те, щоб підтримати та допомогти молодим виконавцям розказати про себе та свою творчість. Також, показати українцям, як при таких умовах змінюється українська творчість, залучити ще більшу кількість людей до прослуховування та перегляду україномовного контенту. Для більшої зручності, на YouTube каналі, в описі будуть активні посилання на героя щоб глядачі могли переходити за покликаннями, та відкривати для себе маловідомих виконавців. Мета проєкту полягає у тому, щоб розказати якомога більшій кількості людей про розвиток музичної індустрії під час повномасштабної війни, як відбувається запис пісень, з якими труднощами стикається герой інтерв'ю, яка тематика музики наразі і як музика допомагає на фронті. Я надаю аудиторії доволі повну інформацію про героя, чим він на разі займається та чим займався до російського вторгнення на територію України.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Я випустила один повноцінний випуск під назвою «Голоси війни і На часі» у жанрі інтерв'ю. Мій проєкт «На часі» виступає як колаборація з «Голосами війни». Це творчий доробок двох студенток Світлани Гарбузової та Дарини Рибки. Для своїх програм дівчата створили власний YouTube канал, на якому погодились випустити і мій випуск програми. Він має тривалість 23 хвилини, це є оптимальним часом для комфортного сприйняття.

На жаль, у мене вийшов тільки один випуск програми, бо знайти героїв виявилось важко. Багато хто чув про інтерв'ю відразу відмовлялися, а були ще ті, які хотіли заробити, і погоджувались взяти участь у зйомці за фінансову винагороду. На щастя, в Instagram я познайомилась з Олександром і він залюбки погодився надати інтерв'ю для мого творчого проєкту.

У матеріалі я поступово розкриваю гостя програми, намагалась уникати тригерних запитань які можуть психологічно зашкодити так, як Олександр наразі знаходиться на фронті. Вибрана мною тема є достатньо актуальною у наш час бо зараз активно розвивається сфера музики, що є етнічною складовою нашої країни. У створенні проєкту я маю на меті ставити чіткі запитання, щоб герой міг їх коректно зрозуміти та надати на них конкретну відповідь.

У матеріалі герой розкривається поступово, на щастя, він був достатньо товариським та відкритим до діалогу. Тому інтерв'ю проходило достатньо легко та доволі цікаво. Стосовно вибору теми, я про неї почала думати ще на третьому курсі, навіть на предмет за спеціальністю, створювала програму про розвиток музики під час війни. То коли треба було обирати тему для кваліфікаційної роботи я вже знала яку тему я хочу обрати. Я вважаю, що вона є доволі актуальною на сьогоднішній день, бо у нас на очах, індустрія музики значно покращилась за достатньо короткий проміжок часу. Головною метою проєкту стало – показати широкому колу аудиторії, що у наш час не так легко створюються пісні і навіть будучи військовим, і перебуваючи на фронті, можна створювати якісну музику.

У цьому випуску ми з Олександром змогли обговорити цікаві теми та спеціально для наших глядачів, розкрили ексклюзивну інформацію з його біографії. У випуску ми обговорили питання про його творчість, як давно він займається музикою, як створює пісні під час бойових дій, поговорили про тематику його творчості і як вона змінилась під час війни. Також, Олександр розповів про історію виникнення його творчого псевдоніму KINDRAT.

Авторкою програми є я. Для публікації мого творчого проєкту С. Гарбузова і Д. Рибка запропонували мені опублікувати моє інтерв'ю на своєму YouTube каналі. Концепція їх творчого доробку базується на випусках з військовою тематикою, а так як моє інтерв'ю з військовим, то це підходить по тематиці їх творчого проєкту, тому було прийнято рішення на створення колаборації. Це також дає можливість для програми «Голоси війни» розкрити більш ширший спектр тем, і створити нові випуски програм на різні тематики. І одна з них про

«Розвиток музичної індустрії під час війни».

Над реалізацією та створенням інтерв’ю працювала я. Моєю задачею було знайти героя та створити відеоматеріал який буде відповідати концепції програм у дівчат, щоб він був гармонійним на їх YouTube каналі. Перед записом програми я ознайомилась з необхідною інформацією, розробила сценарій в якому прописувала питання для інтерв’ю, підводку та ідею для відео.

2.4. Особливості оформлення проєкту

При створенні програми «Голоси війни і На часі» я намагалась приділити значну увагу аудіовізуальним та візуальним елементам. Оскільки запис інтерв’ю проходив у Zoomi, є деякі проблеми зі звуком та картинкою. Бо через проблеми зі зв’язком періодично міг пропадати звук та відставати картинка. Інтерв’ю відбувалося в онлайн зустрічі, але щоб якось покращити картинку, питання для відео записувались окремо. Матеріал розпочинається з:

- логотип програми «Голоси війни і На часі»;
- підводка у якій розповідається про програму та героя інтерв’ю. Під час розповіді про Олександра, глядач бачить його фото та відео роботу запрошеного гостя;
- логотип програми, який виступає перебивкою між кадрами:
- інтерв'ю
- завершується все прощанням з героєм та логотипом програми.

Аудіоряд складається з таких частин, як: привітання та розповідь про програму, коротка інформація про героя, питання та відповіді гостя. Заставка до програми, вона і перебивка, за хронометражем триває декілька секунд.

Під час створення програми я зіткнулась з багатьма труднощами. Одна з яких – пошук героїв. На жаль, реалізувати задумане мені так і не вдалось у повному обсязі, бо з запланованих мною інтерв’ю, я змогла реалізувати тільки одне. Деякі запити на інтерв’ю так і залишились непрочитаними. Матеріал, який вдалося реалізувати, був записаний у конференції зум на ноутбук. Там я теж зіткнулась із труднощами – проблема зі зв’язком. Після інтерв’ю я відзняла

окремо питання для відео. Записувала я їх у парку на телефон.

Окрім того, монтаж відео проходив у програмі «Adobe Premiere Pro», там теж були свої труднощі, адже монтажем відео на комп'ютері я вже давно не займалась і повинно було згадати, як саме вона працює.

2.5. Технічні і програмні засоби

Для реалізації мого творчого доробку використовувалась власна петличка та штатив. Петличка була потрібно для запису питань до відео, щоб якось прибрати зайвий шум на фоні, бо знімала я на вулиці. Зйомка проходила на не професійному обладнанні, а саме на мобільному телефоні. Для монтажу відео була обрана програма «Adobe Premiere Pro». Вибір був обумовлений тим, що відео іде в колаборації з проєктом «Голосами війни», і треба було монтувати у такій самій програмі аби використовувати ті ж самі елементи. Її можна встановити на комп'ютер через офіційний сайт «Adobe». Програма платна та підходить на будь-який комп'ютер. Вона достатньо легка для використання та монтажу відео. Звісно, з нею також виникали деякі труднощі, бо під час роботи з програмою вона могла вибивати та не зберегти шаблони. Тож іноді доводилось починати все з початку. У ній зручно роботи нарізку відео та прибирати зайві моменти.

Так як інтерв'ю вийшло на YouTube каналі моїх колежанок, було прийнято рішення монтувати в єдиному стилі для гармонійності картинки. Тому в деяких моментах мене консультували Світлана та Дарина, щоб зробити схожий монтаж. Вони мені надали деякі свої готові шаблони, один з них – це заставка програми. Також був використаний однаковий фон для відео. Під час монтажу відео мої колеги Світлана та Дарина надавали цінну допомогу та підказували де треба доопрацювати.

Під час монтажу я зіткнулась з тим, що герой інтерв'ю був дуже активним і в момент нарізки відео стоп кадр був не гарний. Тому майже всі його відповіді треба було зациклювати. І там, де пропадав зв'язок, треба було також докласти зусиль при монтажі, щоб відповідь героя була повною і не втрачалась суть, бо

іноді переривався звук та зависала картинка.

Коли Олександр розповідав про свої лірик-відео, я зробила склейку його відеоматеріалів і додала у монтажі, щоб глядачі розуміли про що саме йде мова. В цілому відеоматеріал вийшов доволі якісним, якщо не звертати увагу на перебої зв'язку під час самого інтерв'ю.

2.6. Зв'язок із творчим доробком (портфоліо)

У рамках творчого проєкту мною був підготовлений один відеоматеріал, а саме інтерв'ю (покликання на нього: http://surl.li/umyst). Я його подаю у вигляді посилання на YouTube канал, де саме і представлений мій доробок. Під час перегляду мого творчого проєкту, можна побачити, яких навичок я здобула під час проходження виробничих практик. Я почала впевненіше почувати себе в кадрі і правильно подавати інформацію для аудиторії. Звісно, мені ще є над чим працювати, щоб вдосконалювати свої навички яким мене навчили під час навчання в університеті. Окрім того, можна побачити, як я навчилась співпрацювати з людьми. Якщо порівнювати мою творчу роботу у період навчання, а саме чотири роки, то можна побачити великі зміни. Я перестала боятися камери, пропав страх знімати у громадських місцях, спробувала себе у монтажі. З розумінням ставлюсь до критики, бо це допомагає вдосконалювати мою роботу. Тому зараз я відчуваю великий прогрес і бачу, як вдосконалились мої матеріали з початку навчання в Запорізькому національному університеті. У моєму творчому зростанні мені допомогли виробничі практики та предмети за спеціальністю телебачення.

Завдяки університету, я мала змогу проходити практику на запорізьких телеканалах. За час навчання, мною було успішно пройдено сім практик. Але, на жаль, у рік вступу був коронавірс, а потім розпочалась повномасштабна війна, і моє навчання відбувалося дистанційно. Та це не завадило навчанню та проходженню практики. Більшу частину я проходила офлайн, а дві останні відбувалися онлайн, бо я знаходилась не в Запоріжжі і не мала змогу приїхати на проходження практики.

Перший мій досвід відбувся на «UniverseTV». Практика була ознайомлювальна. Але вже тоді почались створюватися перші відеоматеріали. Саме тоді я в перше відчула себе у ролі телеведучої та монтувала свої перші відеороботи.

Далі я проходила практику на місцевому телеканалі «TV– 5», де навчилась, як правильно писати сценарії до відео та оформлювати технічні завдання. На жаль, побувати на зйомках мені так і не вдалося, але навчилася правильно оформлювати сюжет телевізійного матеріалу.

Наступні виробничі практики в мене проходила на телеканалі «МТМ». Там я познайомилась із Дашею Назаровою, колишньою студенткою Запорізького національного університету. Всі подальші практики я проходила у неї. На цьому телеканалі практика була доволі цікавою та пізнавальною. Я самостійно виїжджала на зйомки та брала інтерв'ю. Писала багато сценаріїв до телевізійних матеріалів (див. додаток А). Також була змога попрацювати із суфлером та практикувалась у записі підводок до програм.

Остання моя практика проходила у «5 редакції», під керівництвом Даші Назарової. На жаль, цю практику, я проходила онлайн, бо знаходилась не у Запоріжжі. Під час її проходження, я писала новини у телеграм канал «По факту Запоріжжя». Кількість моїх опублікованих матеріалів – 6.

З проходження кожної практики, я брала для себе щось нове та цікаве. Здобула багато нового і пізнавального досвіду. Завдяки Запорізькому національному університету, мною було успішно пройдено сім практик. Там я мала змогу розкрити свій творчій потенціал. Поборола багато своїх страхів і за рахунок цього, побачила себе з іншого боку. На виробничій практиці, всю теорію яку я вивчала в університеті, змогла відтворити наживо. Бо, на жаль, через війну ми не могли проводити пари в професійно обладнаних аудиторіях.

За час навчання мій творчий доробок складає 17 матеріалів. Але, з опублікованих, на сторінці мого портфоліо викладено 11 телевізійних матеріалів. У переліку моїх доробків є сценарії до програм, відеопривітання та інтерв’ю з виїзних зйомок. Майже всі вони створювались під час практик.

На початку проходження практики, мені було важко брати інтерв’ю у людей, про яких я майже нічого не знала. Наразі, я вже навчилась правильному збору та обробки інформації. Однак, більш за все, мені подобається брати інтерв’ю, брати участь у зйомках та створювати цікаві творчі проєкти.

Всі мої матеріали, як опубліковані в портфоліо – телевізійні. Завдяки тому, що я проходила їх на телебаченні, у мене була змога попрацювати з професійними журналістами, наживо побачити їх роботу та разом з ними створювати телевізійні матеріали. Це допомогло мені набути досвіду від знавців своєї справи.

ВИСНОВКИ

У період великої війни, музичні шоу змогли адаптуватися до нових реалій. Вони виконують значну функцію для населення, а саме моральної підтримки. Музичні програми та концерти стають важливим засобом у зняття стресу та підтримці бойового духу. Саме під час війни, однією з основних тенденцій є посилення патріотичної тематики у музичних проєктах. Пісні, що висвітлюють національну гідність, героїзм та боротьбу за незалежність, становляться популярними та часто використовуються у музичних телепрограмах.

Телебачення відіграє важливу роль у підтримці музикантів та виконавців під час війни. Організовується багато благодійних концертів, телемарафонів, завдяки цьому збираються донати для бійці Збройних сил України та людям які постраждали від війни.

Під час війни телевізійні проєкти залучають іноземні організації, що сприяє поширенню інформації про ситуацію в країні та залученню міжнародної підтримки. Завдяки цьому виходять нові музичні шоу та відновили свою роботу проєкти, які довгий час були на паузі. Музичні програми, допомогають суспільству відволіктись від страшних реалій сьогодення.

Основною функцією музичних програм є: забезпечувати розваги, відволікання, засоби розслаблення; знижувати напруженість у суспільстві. Це допомога суспільству відволіктись від страшних реалій сьогодення.

Творчий доробок складається з одно матеріалу, а саме інтерв’ю. Під час його створення, ми проаналізували, як розвивається музична індустрія у період війни. Основною метою при створенні творчого доробку було, розповісти про маловідомих виконавців і про те, як розвивається українська творчість у період війни. Гість нашого творчого проєкту – військовий-музикант з фронту. Під час нашої зустрічі, він розповів, як психологічно допомога музика на фронті, з якими труднощами він зіштовхується під час запису своїх треків. Наша програма є доказом того, що навіть під час масштабної війни, навіть будучи на фронті, можливо створювати якісні українські пісні.

Наш випуск програми «Голоси війни і На часі» має схожу структуру та оформлення з моїми колегами Світланою та Дариною, бо «Голоси війни» і «На часі» є колаборацієї двох проєктів. Через це, з моїми колегами, було прийняте рішення, що програма «На часі» буде як продовження їх доробку. Так, як наша програма стала колаборацією, було прийняте рішення випускати її під спільною назвою «Голоси війни і На часі».Тому стилістика оформлення у нас достатньо схожа. Хронометраж інтерв'ю сягає 23 хвилини. При монтажі відео було використано звукові та візуальні ефекти для зацікавленості аудиторії.

Отже, музичні проєкти на телебаченні під час війни продовжують виконувати не тільки свою розважальну функцію. Вони стають важливим фундаментом у підтримку населення, підвищують моральній та бойовий дух та привертають увагу закордонних організаторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аль Маріді С. Чим «Плюси» наповнюють свою сітку мовлення сьогодні та на який преміальний контент варто очікувати глядачам «1+1». URL: http://surl.li/umxxf (дата звернення: 28.05.2024).

2. Василець О. Доречний, якісний, збалансований. Яким має стати розважальний контент і контент про культуру? URL: http://surl.li/umxxt (дата звернення: 27.05.2024).

3. Гажала В. «1+1» Україна готує прем'єру нового шоу «Пісня мого життя». URL: http://surl.li/umxxz (дата звернення: 28.05.2024).

4. Голос країни. URL: https://1plus1.ua/golos-krainy (дата звернення: 28.05.2024).

5. Гапаєєв Л. Музична журналістика: нові можливості творчого розвитку. URL: http://surl.li/umyds (дата звернення: 08.06.2024).

6. Джолос О. Телебачення має допомагати жити під час війни. URL: http://surl.li/umxyg (дата звернення: 28.05.2024).

7. Досяк В. Зміни в українській музичній індустрії від початку повномасштабного вторгнення. URL: http://surl.li/umxyq (дата звернення: 26.05.2024).

8.Дячук О. Євробачення на тлі війн: жеребкування, скандали та шанси на перемогу України. URL: http://surl.li/umxyt (дата звернення: 28.05.2024).

9. Дячкіна А. Геть від Москви. Як змінилися музичні вподобання українців у YouTube. *Економічна правда.* URL: https://www.epravda.com.ua/weeklycharts/2023/09/7/704048/ (дата звернення: 26.05.2024).

10. З 1 квітня в Україні поступово розпочнуть роботу заклади культури та мистецтв. URL:http://surl.li/umxyz (дата звернення: 26.05.2024).

11. Іванова О., Мойсеєва О. Місцева преса: посібник для ЗМІ. URL: http://www.ualocal.media/?p=284 (дата звернення: 27.05.2024).

12. Ковтун Т,В. Авторська програма на телебаченні. URL:

http://surl.li/umyfa (дата звернення: 11.06.2024).

13. Кожушко С. Монатік став наставником нового музичного шоу. Novyny.live. URL: http://surl.li/umxzfl (дата звернення: 27.0.2024).

14. Коломієць А. Відомий український музикант висловився про доцільність участі на Євробаченні під час війни. URL: http://surl.li/umxzm (дата звернення: 17.04.2024).

15. Михайлин І. Основи журналістики. Загальні та спеціальні функції журналістики. URL: http://surl.li/umycm (дата звернення: 08.06.2024).

16.Плис А. Як артисти заробляють на музичних стримінгах. Досвід українських лейбів. URL: http://surl.li/umxzr (дата звернення: 26.05.2024).

17. Познякова Т. Вперше в історії найпопулярнішого телешоу Фінляндії зняли спецепізод, присвячений Україні. URL: http://surl.li/umxzt (дата звернення: 28.05.2024).

18. Степаненко В. Нація меморобів українські стендап-коміки про гумор та благодійність під час війни. URL: http://surl.li/umyab (дата звернення: 26.05.2024).

19. Той самий Іван. Музика серед Української молоді , та як вона допомагає вбивати росіян. URL: http://surl.li/umyaw (дата звернення: 11.06.2024).

20. Фалей Г. Як музика допомагає під час війни. URL: http://surl.li/umybj (дата звернення: 26.05.2024).

21. Фішер В. М. Регулювання розвитку української естради в контексті культурно-політичних відносин XX-XXI ст. URL: http://surl.li/umybs (дата звернення: 27.05.2024).

22.Щербина Ю. Жанрові особливості розважальних програм українського телебачення. *Теле- та радіожурналістика.* 2015. Випуск 14. С. 253–259.

23. Юсипович А. В. Типи програм розважального телебачення України. URL: http://surl.li/umycb (дата звернення: 08.06.2024).

ДОДАТОК А
СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

Телевізійні матеріали:

1.PRO-бізнес-Кавова фабрика - 15.04.2022. URL: http://surl.li/umyrh

2.PRO-бізнес - #1 - 17.04.2022. URL:http://surl.li/umyrm

3.PRO-бізнес - Фабрика - 18.04.2022. URL: http://surl.li/umyrn

4. На часі – у Запоріжжі впроваджують інновації в онлайн-навчанні — 31.03.2022. URL: http://surl.li/umyrq

5. Привітання з Днем Освітянина. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JckSP4HmHWI&ab_channel=UniverseTv

6. Сценарій до програми «PRO-Бізнес» (з 8:58 до 16:16). URL: http://surl.li/umyrs

7. Сценарії до програми «PRO-Бізнес» (з 00:01 до 12:39). URL: http://surl.li/umyrt

8. Сценарій до програми «Територія освітніх перспектив» (з 00:20 до 04:06). URL: http://surl.li/umyrv

9. Сценарій до програми «Територія освітніх перспектив» (з 13:48 до 16:43). URL: http://surl.li/umyrz

10. Сценарій до програми «Теорія освітніх перспектив» (з 10:04 до 14:22). URL: http://surl.li/umysc

11. Сценарій до програми «Територія освітніх перспектив» (з 03:08 до 06:44). URL: http://surl.li/umysf

12. Інтерв'ю: Як музика допомогає на фронті? Музика під час війни. URL: http://surl.li/umyst

ДОДАТОК Б
НАУКОВІ ПУБЛІКАЦІЇ, СЕРТИФІКАТИ



Рис. Б.1 – Проходження курсу в рамках дисципліни.

ДОДАТОК В
СЦЕНАРІЙ ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

Назва відео: Як МУЗИКА допомагає НА ФРОНТІ? Музика під час війни
Ведуча: Ярослава Михайленко

Заставка: «Голоси війни і На часі»
Ведуча: Програма « На часі» створила колаборацію разом з «Голосами війни». На вас чекатиме інтерв'ю з українським військовим з позивним KINDRAT, який займається музикою та пише пісні. Неперемикайтесь, далі буде цікаво.
Перебивка: «Голоси війни і На часі»
Ведуча: Вітаю, мене звати Ярослава, і перед тим як почати наше інтерв'ю, розкажіть трошки про себе, чим на разі займаєтесь і які у вас є хобі.
KINDRAT: 00:32-01:46
Ведуча: Розкажіть про вашу творчість, скільки ви їй займаєтесь, чи є у вас фахова освіта, і чи працювали ви за спеціальністю?
KINDRAT: 01:55-05:20
Ведуча: Чи маєте ви колаборацію з відомими українськими музикантами?
KINDRAT: 05:24-10:45
Перебивка: «Голоси війни і На часі»
Ведуча: Олександре, ви казали, що ви із Запоріжжя, і я думаю, буде доречним запитати у вас, чи завжди ви писали пісні українською мовою, чи, можливо, до початку повномасштабного вторгнення ви писали та співали пісні російською.
KINDRAT: 11:00- 12:48
Ведуча: Як вам допомагає музика на фронті і як до цього ставляться ваші побратими?
KINDRAT: 12:54- 16:06
Перебивка: «Голоси війни і На часі»
Ведуча: Нещодавно у вас вийшов новий трек, розкажіть про історію створення цієї пісні.
Вставка шматочка відеокліпу з його YouTube каналу http://surl.li/uoegq 14:14-14:23
KINDRAT: 14:24- 16:17
Ведуча: Розкажіть, як проходив запис вашої нової пісні «Разом намалюємо».
KINDRAT: 16:23- 17:23
Ведуча: Чи плануєте ви найближчим часом випустити новий хіт?
KINDRAT: 17:28- 17:40
Перебивка: «Голоси війни і На часі»

Ведуча: Розкажіть, будь ласка, про що ви писали пісні до повномасштабного вторгнення і про що пишете наразі.
KINDRAT: 17:49- 18:18
Ведуча: Розкажіть про ваш псевдонім та історію його виникнення
KINDRAT: 18:23- 20:15
Ведуча: Розкажіть про створення ваших лірик-відео. Ви займаєтесь монтажем самостійно чи у вас є команда?
KINDRAT: 20:21- 21:09
Ведуча: З початку повномасштабного вторгнення українська музична індустрія почала стрімко розвиватися. Чи подобається вам, що наразі виходить більше якісного україномовного контенту?
KINDRAT: 21:20- 22:42
Перебивка: «Голоси війни і На часі»
Ведуча: Олександре, дякую вам за інтерв'ю. Хочу побажати вам натхнення та розвитку у творчої діяльності та мирного неба над головою
KINDRAT: 22:52- 23:14
Заставка: «Голоси війни і На часі»

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Михайленко Ярослава Павлівна, студентка 4 курсу, бюджетної форми навчання, факультету журналістики, спеціальність 061, адреса електронної пошти yaroslava1669@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Розвиток музичних проєктів на телебаченні під час війни» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст.42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____ Підпис_____Михайленко Я. П.

Дата_____ Підпис_____ Усманова О. В.

ABSTRACT

The topic of the bachelor's qualification work: "Development of musical projects on television during the war."

Volume of the main text: 25 pages.

The number of sources used is 23.

The purpose of the work is to create an interview for the program "In Time", whichwillbe to reveal the development of the music industry during the war.

To achieve the set goal, the following tasks must be solved:
1. Find and analyze the scientific and methodical literature based on research on the topic of musical projects;

2. To analyze the work of TV journalists during the war;
3. Develop a script for the interview;

4. Create a series of programs, namely interviews on the topic "Development of musical projects on television during the war".The object of the research is a TV program dedicated to musical projects on television.

The subject of the study is the impact of the music industry on society in wartime conditions.

Formal and substantive characteristics of the project. 1 issue of the "On Time" program in the interview genre. The duration of the video reaches 23 minutes. This is the optimal time to receive information. For our work, we have created content that is clear and easy to understand. The choice of topic is determined by relevance and is relevant for the information space. It was during the war that the music industry underwent active development.

Keywords: music, music projects, content, projects, shows, music industry, war, full-scale war.