

УДК 316.77:78

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/86-1-8>**Петро БЕНЮК,***orcid.org/0000-0003-3962-5799**аспірант кафедри організації театральної справи імені І. Д. Безгіна
Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого
(Київ, Україна) petrfryz@gmail.com***Олена ПРУДНІКОВА,***orcid.org/0000-0003-3517-066X**кандидат педагогічних наук, доцент,
професор кафедри загального та спеціалізованого фортепіано
Національної музичної академії України імені Чайковського
(Київ, Україна) Alpr044512@gmail.com***Ігор ЩЕРБАК,***orcid.org/0000-0002-4649-6510**кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри музичного мистецтва
Навчально-наукового педагогічного інституту імені В. О. Сухомлинського
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова
(Миколаїв, Україна) shcher.i.v@gmail.com*

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ У ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА

У статті розглянуто роль цифрових платформ у поширенні та популяризації українського музичного мистецтва в умовах глобалізації, а також їхній вплив на музичну індустрію. З'ясовано, що розвиток цифрових технологій суттєво трансформував цю галузь, пропонуючи нові шляхи для поширення української музики. Проаналізовано, як цифрові платформи сприяють поширенню контенту, формуванню культурного діалогу й створенню економічних можливостей для виконавців. У фокусі наукової уваги – стрімінгові сервіси (Spotify, Apple Music, YouTube Music, Deezer) та соціальні медіа (TikTok, Instagram Reels, YouTube, Patreon), які забезпечують глобальний доступ до музичних творів. Проаналізовано український проєкт – музичний додаток «Ukrainian Live Classic», його контент та значення в популяризації української класичної музики у світі. Висвітлено важливість цифрової платформи «OperaVision» для популяризації оперної та балетної музики онлайн на прикладі репертуару Львівського національного академічного театру опери та балету імені Соломії Крушельницької.

Метою дослідження є аналіз ролі цифрових платформ у процесі популяризації українського музичного мистецтва. У межах дослідження застосовано методи кількісного аналізу даних, отриманих зі стрімінгових сервісів, а також здійснено порівняльну оцінку ефективності різних форматів цифрової взаємодії з цільовою аудиторією.

У результатах дослідження здійснено огляд сучасних тенденцій, який свідчить про зростання популярності стрімінгових платформ як серед слухачів, так і серед виконавців. На прикладах діяльності таких артистів, як Monatik, The Hardkiss, Alyona Alyona, Kola, Yaktak, MamaRika продемонстровано, як цифрові платформи допомагають розширювати аудиторію та монетизувати творчість. Водночас визначено й основні виклики диджиталізації: нерівний доступ виконавців до платформ, низькі доходи від стрімінгу порівняно з європейськими ринками, а також технічні й організаційні перешкоди. У дослідженні продемонстровано кількісне зростання аудиторії провідних українських виконавців, виявлено істотну відмінність у показниках прослуховувань між топовими та інді-артистами. Окремо акцентовано на значному потенціалі народної музики в умовах цифрової глобалізації як чинника утвердження національної ідентичності.

У висновках підкреслено необхідність активізації державних і громадських ініціатив для підтримки українських виконавців, захисту авторських прав та інтеграції національного мистецтва в міжнародний культурний простір. Перспективи подальших досліджень передбачають аналіз впливу новітніх форматів цифрової комунікації на розвиток музичної індустрії України.

Ключові слова: цифрові платформи, стрімінг, українська музика, популярне мистецтво, монетизація, культурний діалог, соціальні медіа, сценічне мистецтво.

Petro BENYUK,

orcid.org/0000-0003-3962-5799

*Postgraduate student at the Department of Organization of Theatricals named after I. D. Bezgin
Kyiv National I. K Karpenko-Karyi Theater, Cinema and Television University
(Kyiv, Ukraine) petrfryz@gmail.com*

Olena PRUDNIKOVA,

orcid.org/0000-0003-3517-066X

*PhD, Associate Professor,
Professor at the Department of General and Specialized Piano
National Music Academy of Ukraine named by Tchaikovsky
(Kyiv, Ukraine) Alpr044512@gmail.com*

Ihor SHCHERBAK,

orcid.org/0000-0002-4649-6510

*Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor at the Department of Musical Art
V. O. Sukhomlynskyi Educational and Scientific Pedagogical Institute
of the Admiral Makarov National University of Shipbuilding
(Mykolaiv, Ukraine) shcher.i.v@gmail.com*

RESEARCHING THE ROLE OF DIGITAL PLATFORMS IN THE POPULARIZATION OF UKRAINIAN MUSIC

The article examines the role of digital platforms in the distribution and popularization of Ukrainian music in the context of globalization, as well as their impact on the music industry. It is found that the development of digital technologies has significantly transformed this industry, offering new ways to disseminate Ukrainian music. The article analyzes how digital platforms contribute to the distribution of content, the formation of cultural dialogue, and the creation of economic opportunities for performers. The research focuses on streaming services (Spotify, Apple Music, YouTube Music, Deezer) and social media (TikTok, Instagram Reels, YouTube, Patreon) that provide global access to music. The article analyzes the Ukrainian project – the music application “Ukrainian Live Classic”, its content and significance in popularizing Ukrainian classical music in the world. The article highlights the importance of the digital platform «OperaVision» for popularizing opera and ballet music online on the example of the repertoire of the Lviv National Academic Opera and Ballet Theater named after Solomiya Krushchynska.

The purpose of the study is to analyze the role of digital platforms in the process of popularizing Ukrainian music. The study used methods of quantitative analysis of data obtained from streaming services, as well as a comparative assessment of the effectiveness of various formats of digital interaction with the target audience.

The results provide an overview of current trends, which indicate the growing popularity of streaming platforms among both listeners and performers. Using the examples of such artists as Monatik, The Hardkiss, Alyona Alyona, Kola, Yaktak, and MamaRika, the article demonstrates how digital platforms help to expand the audience and monetize creativity. At the same time, the main challenges of digitalization are identified: unequal access to platforms for artists, low streaming revenues compared to European markets, as well as technical and organizational obstacles. The study demonstrates the quantitative growth of the audience of leading Ukrainian artists, and reveals a significant difference in listening rates between top and indie artists. The study also emphasizes the significant potential of folk music in the context of digital globalization as a factor in the affirmation of national identity.

The conclusions emphasize the need to intensify state and public initiatives to support Ukrainian performers, protect copyrights, and integrate national art into the international cultural space. Prospects for further research include analyzing the impact of the latest digital communication formats on the development of the Ukrainian music industry.

Key words: *digital platforms, streaming, Ukrainian music, popular art, monetization, cultural dialogue, social media, performing arts.*

Постановка проблеми. Доступність цифрових медіа суттєво розширила коло музичних шанувальників, адже навіть найбільш ексклюзивні жанри, що раніше асоціювалися з камерною атмосферою та живим виконанням, нині здатні адаптуватися до умов широкого сприйняття. Це створює значні можливості для популяризації

музики через цифрові засоби комунікації. Водночас інтеграція у віртуальне середовище супроводжується низкою об'єктивних викликів, які гальмують цей процес. Оцінка обсягу українського музичного ринку є складним завданням, зумовленим відсутністю систематичних досліджень у цій сфері, а також стрімким розвитком техноло-

гій і трансформацією моделей медіаспоживання. Ці чинники підтверджують актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Спроба систематизувати стан української музичної індустрії була реалізована в дослідженні агенції музичного консалтингу Soundbuzz (Research of the music market, 2020), яке, попри широке охоплення теми, містить переважно описові дані без глибокого аналізу. Науковці А. Капальбі, Т. Фаббрі, В. Ієрвезе досліджують вплив диджиталізації на аудіовізуальну індустрію (Capalbi, Fabbri & Iervese, 2021), тоді як А. Аль Давуд аналізує механізми відбору музики на кінофестивалях (Al Dawood, 2022). Українські дослідники М. Поплавський та Ю. Трач розглядають трансформацію музичної індустрії під впливом цифрових технологій (Поплавський & Трач, 2022), а І. Швець вивчає зміну взаємин між виконавцями та слухачами (Швець, 2022). Роль стрімінгових платформ у формуванні культурної ідентичності аналізують О. Скопцова та Н. Регеша (Скопцова & Регеша, 2023). Структурні зміни музичного ринку досліджують М. Хвійд, С. Іск'єрдо-Санчес і С. Жак (Hviid, Izquierdo-Sanchez & Jacques, 2018). Онлайн-трансляції як майбутнє музичних подій розглядає Т. Парвез (Parvez, 2018).

Метою статті є аналіз ролі цифрових платформ у популяризації українського музичного мистецтва.

Відповідно до мети сформульовано такі завдання:

1) проаналізувати особливості популярної української музики, її вплив на зміст сучасного культурного процесу та визначити роль цифрових платформ у процесі її популяризації;

2) виявити чинники успіху українських музикантів через розвиток контенту на цифрових платформах.

Результати дослідження дадуть змогу визначити роль музики як ефективного засобу подолання кордонів і зміцнення міжнаціональних зв'язків за допомогою цифрових платформ.

Виклад основного матеріалу. Диджиталізація стрімко змінює мережеві комунікації, долаючи адміністративні кордони країн і регіонів, тим самим прискорюючи перехід світу до децентралізованої моделі виробництва. Емпіричні дослідження McKinsey Global Institute свідчать, що цифровізація економіки є не менш потужним інструментом підвищення продуктивності та конкурентоспроможності, ніж створення технологічних інновацій (Cheng, Dale & Liu, 2007). Це відкриває можливості для всіх країн, особливо

тих, що розвиваються, здійснити прорив за умови зосередження зусиль на масштабній інформатизації суспільства, розробці власних проривних технологій у пріоритетних напрямках і ефективному впровадженні інновацій у виробничі процеси та бізнес-діяльність.

Диджиталізація також істотно трансформувала методи створення, поширення та споживання аудіовізуального контенту, запустивши так звану «стрімінгову революцію», яка стала каталізатором змін в аудіовізуальній індустрії. Центральне місце в цьому процесі посів «платформінг» – модель взаємодії, орієнтована на стрімінгові сервіси. Сьогодні аудіовізуальний контент переважно доступний через потокові платформи та різноманітні пристрої (комп'ютери, планшети, смартфони, смарттелевізори, ігрові приставки тощо), що сприяє подальшій медіаконвергенції.

Важливим є якісне аудіо та візуальне оформлення, належна технічна підтримка артиста. Крім того, обмеження у сфері інтерактивності, які сьогодні властиві онлайн-перформансам, не дозволяють відтворити безпосередню енергетику живого спілкування між виконавцем і слухачем (Стеценко-Єршова, 2024). Така характеристика часто є вирішальною для цільової аудиторії, яка звикла до офлайн-концертів, де кожен звук і вібрація голосу створюють унікальну атмосферу. Попри те, що цифрові платформи відкривають нові перспективи, їхній потенціал у сфері музичного мистецтва залишається недостатньо вивченим і вимагає поглибленого дослідження та вдосконалення підходів до передачі художнього змісту в межах цифрового простору (Van Dijck, Poell & de Waal, 2018).

Однак в Україні цій тематиці приділяють ще недостатньо уваги як дослідники, так і експерти аудіовізуального виробництва. Особливо це стосується перспектив і ризиків для організаційної індустрії, пов'язаних із процесами «платформінгу» (Печеранський, & Шевчук, 2022). Це питання потребує більш детального вивчення та висвітлення.

Сучасний розвиток музики неможливо розглядати ізольовано, без урахування її поширення на цифрових платформах. Зазначимо, що за останнє десятиліття стрімкий розвиток цифрових технологій кардинально трансформував світ культури та мистецтва, особливо в контексті поширення дистанційної взаємодії між артистами й аудиторією (Скопцова, & Регеша, 2023). Віртуальні музичні платформи, інтерактивні онлайн-концерти та інноваційні способи поширення контенту стали не лише важливими інструментами для популя-

ризації музики найрізноманітніших жанрів, але й відкрили нові перспективи для залучення аудиторії до музичної форми творчості. Значення цифрових технологій полягає не лише в розвиненні інфраструктури для зручного прослуховування та перегляду творів, але й у створенні умов, за яких музика може ефективно знаходити відгук у сучасного слухача (Tanna & Singh, 2018).

Сучасний стан розвитку музичної сфери в Україні супроводжується численними викликами як внутрішнього, так і зовнішнього характеру. Основні перешкоди пов'язані з постійними змінами на музичному ринку, що потребує свіжих форматів для аудиторії, аби залишатися конкурентоспроможним.

Популярність музичного стрімінгу в Україні неухильно зростає як серед слухачів, так і серед виконавців. Зазначимо, що з 2019 року частка українців, які користуються платними підписками на потокові музичні сервіси, зросла з 0,3% до 0,9% від загальної чисельності населення. Таке зростання здебільшого пов'язане з виходом на український ринок YouTube Music та впровадженням сімейної підписки в Apple Music. Надалі очікується подальше посилення популярності стрімінгових сервісів, зокрема завдяки запуску Spotify в Україні.

За словами експертів, найбільші виплати українським виконавцям здійснюються через Apple Music, після чого йдуть YouTube Music, що поступово інтегрується з Google Play Music, та платформа Deezer. Локальний запуск Spotify в Україні в липні 2020 року сприяв зміні музичного простору, зокрема підвищенню доступності української музики, зростанню її прослуховуваності та активізації цифрової взаємодії між виконавцями та аудиторією.

Експерти дослідження, проведеного агенцією музичного консалтингу Soundbuzz, зазначають, що за два місяці кількість підписників Monatik зросла на 190%, і станом на 2020 рік вона становила 404 630 осіб. Альона Альона продемонструвала приріст на 330%, досягнувши показника 105 570 підписників, а The Hardkiss показали зростання на 350%, отримавши 102 870 підписників (Research of the music market, 2020).

Як зазначає О. Варениця, засновник агентства Vody і Porcycle Records, в Україні інді-виконавець може зібрати близько 30 000–50 000 потоків під час активного періоду виходу нового матеріалу (Research of the music market, 2020). Провідний інді-артист може досягти показника в 100 000–250 000 потоків. Одна пісня артиста середнього рівня здатна наблизитися до показ-

ника в 100 000 потоків, тоді як каталог популярної попзірки може генерувати до 10–20 мільйонів потоків за рік.

Водночас О. Варениця наголошує на значному розриві між попмузикою та інді-сценою в Україні. Успіх артистів часто залежить від таких чинників, як потрапляння до топових плейлистів, присутність у чартах Youtube, наявність новинок на стрімінгових платформах, радіоротація та навіть використання таких ресурсів, як Shazam. Культура споживання контенту здебільшого формується завдяки цим взаємопов'язаним чинникам.

Зазначимо, що у 2020 році відбулося перше масштабне дослідження українського медіаринку, в якому були названі три найбільші українські лейбли: Mamamusic (Kazka, Ірина Білик), Mozgi Entertainment («Время і стекло», «Потап і Настя») та Secret Service (Оля Полякова). З того часу минуло п'ять років. Згідно з даними, наданими музикантами та продюсерами в дослідженні Economic Pravda, у 2025 році провідними лейблами української музичної індустрії стали Pomitni (раніше відомий як Mozgi Entertainment, співпрацює з такими виконавцями як Dorofeeva, Otoy, Nikow, Nazva) та ENKO music, який представляє артистів Kola, Yaktak, Alyona Alyona, MamaRika. Важливу роль в індустрії відіграє також Kontrabass promo (напрямо охоплює таких виконавців, як Пиріг і батіг, The Unsleping, Shmiska) (Тунік-Фриз, 2025). Зауважимо, що ці компанії функціонують не більше п'яти років, а їхні артисти не створюють контенту російською мовою.

Українські музичні вподобання зазнали значних трансформацій, що призвело до зміни списку найпопулярніших виконавців. За останні п'ять років музичний сектор пережив суттєві метаморфози, які можна порівняти з процесом переродження. У 2020 році серед топ-5 найпопулярніших в Україні артистів були російські репери, а значна кількість українських музикантів створювала контент російською мовою. Основними напрямками для їхніх закордонних гастролей залишалися Москва, Санкт-Петербург та Мінськ.

Натомість у 2025 році ситуація кардинально змінилася. Згідно з даними спільноти NUAM, серед топ-5 найпопулярніших артистів в Україні більше немає російських виконавців, а україномовні композиції значно перевершують російськомовні за рівнем популярності серед слухачів. Додатково, згідно зі статистикою NUAM, підготовленою для лейбла pomitni, частка російських виконавців у національних музичних чартах скоротилася до 20–30% порівняно з 74% у 2022 році.



Рис. 1. Динаміка частки українських, російських і всіх інших артистів у чарті Spotify
Джерело: (Динаміка частки, 2025)

Аналіз динаміки частки українських, російських та інших артистів у чарті Spotify показує значне зменшення частки російських артистів з 64,7% до 27,9% після 2022 року, водночас частка українських артистів зросла з 5,3% до 38%, а частка інших залишилась стабільною на рівні близько 30%. За словами дослідників, збільшення частки українських артистів до 38% є показником позитивної динаміки в бік національної музичної культури та орієнтації на україномовний контент (Тунік-Фриз, 2025).

Доходи від стримінгових сервісів демонструють значне зростання протягом останніх п'яти років. Зокрема, для музики ENKO цей сегмент став основним у 2025 році. Проте ще у 2020 році стримінг навіть не входив до трьох основних джерел фінансування музичних компаній. На фоні цього розвитку Єврокомісія у своєму звіті за 2024 рік акцентувала на тому, що піратство та контрафактна продукція досі суттєво стримують прогрес української музичної індустрії (Єврокомісія представила Звіт, 2024). До того ж суд із питань інтелектуальної власності працює недостатньо ефективно, очікуючи проведення нового конкурсу для призначення суддів.

Попри труднощі, представники музичних лейблів та дистриб'ютори зазначають, що стабільний дохід від стримінгу в Україні загалом можливий. Артисти, які активно працюють тривалий час, мають чіткий графік випуску нових релізів і гастролей, а також стратегію з медійного просування, можуть успішно заробляти від потокового передавання. Дохід від стримінгу може варіюватися дуже широко: від кількох копійок до сотень тисяч гривень щоквартально за одну пісню. Якщо брати весь каталог робіт такого артиста, потенційний річний прибуток може сягати мільярда гривень.

Особливості цифрових платформ є важливим аспектом комерціалізації творчості, зокрема в музичній індустрії. В Україні дохід від стримінгу та цифрових продажів музики посідає четверте або п'яте місце серед джерел заробітку для авторів і виконавців, після проведення концертів у країні, освіти в музичній сфері та виступів за кордоном. Окрім фінансової складової, цифровий формат забезпечує музиканту можливість дистанційної комунікації зі своєю аудиторією. Перехід до цифрової дистрибуції значно спростив цей процес. Раціональний підхід до поширення музики сприяє підвищенню ефективності взаємодії артиста з платформами, дозволяючи йому охоплювати якомога ширшу аудиторію та максимально використовувати потенціал своєї творчості.

Проте варто зауважити, що цифрові платформи здебільшого не приймають музичний контент напряму від артистів. Для них є зручнішим співпрацювати з обмеженою кількістю перевірених дистриб'юторів, які пропонують уже відфільтрований і професійно поданий продукт. Українські лейбли та видавці також здійснюють розміщення музики на цих платформах через посередників – цифрових дистриб'юторів. Для артистів, які працюють із лейблами або видавцями, можливе додаткове просування їхньої музики, включення до редакційних плейлистів і врахування особливостей ринку завдяки співпраці з місцевими редакторами.

Цифрові дистриб'ютори зазвичай пропонують дві основні моделі співпраці. Перша передбачає фіксовану оплату за поширення окремого треку або альбому. У цьому випадку артист отримує 100% доходу від продажів і стримінгу. Оплата

може здійснюватися одноразово або протягом певного періоду, але припинення платежів призводить до видалення музики з платформи. Також доступний варіант фіксованої оплати за необмежену кількість релізів. Інша модель передбачає, що дистриб'ютор забирає частину прибутку (у відсотках), пропонуючи при цьому різноманітні пакети послуг. Розмір цієї частки залежить від умов співпраці.

Зазначимо важливий аспект, пов'язаний із монетизацією через стримінгові сервіси: вони не виплачують фіксовану суму за кожне прослуховування. Розрахунок доходу базується на алгоритмі з використанням закритих даних. Насамперед ураховується загальна кількість прослуховувань на платформі за певний період та індивідуальні показники артиста за той самий час. Крім того, значення має тип користувача (з преміумпідпискою чи безкоштовною версією) та вартість підписок у конкретній країні.

Унаслідок цього однакова кількість трансляцій у різні періоди часу може генерувати різний дохід. Аналогічно потоки в Україні можуть відповідати іншій сумі порівняно з США або Великобританією. Згідно з даними за 2020 рік, в Україні основні стримінгові платформи – Apple Music, YouTube Music, Google Play Music, Deezer і Spotify – пропонували підписки дешевші на 40–60% порівняно з основними ринками (Research of the music market, 2020). Така цінова стратегія давала їм змогу ефективно інтегруватися на ринки з різними рівнями економічного розвитку та купівельної спроможності аудиторії.

Цифрова революція та інтернет-технології загалом суттєво впливають на розвиток української музичної індустрії. Співпраця з цими сервісами відкриває для українських артистів нові перспективи, допомагаючи легше поширювати свої записи та доносити їх до слухачів у всьому світі.

Соціальні медіа також стають важливим інструментом комунікації між виконавцями та їхніми фанатами. Останніми роками спостерігається значне збільшення кількості українських музикантів, які успішно інтегруються в глобальну стримінгову систему. Використовуючи ці платформи, артисти не лише поширюють свою музику, але й активно рекламують свої концерти, завоюють нових слухачів і підвищують власну популярність.

Однак не всі українські музиканти мають рівний доступ до цих платформ через технічні, фінансові або організаційні обмеження. Важливо також враховувати, що доходи від роботи на стримінгових платформах можуть суттєво варіюватися залежно від регіону та кількості прослуховувань

і в багатьох випадках залишаються доволі незначними.

Згідно з результатами дослідження І. Стеценко-Єршової, сучасні цифрові платформи пропонують виконавцям нові шляхи для популяризації творчості, взаємодії з аудиторією та отримання фінансової підтримки (Стеценко-Єршова, 2024). Проаналізувавши активність на TikTok, Instagram Reels, YouTube і Patreon, дослідниця визначила переваги та обмеження кожної з цих платформ. Зокрема, TikTok та Instagram Reels є популярними платформами для створення й перегляду коротких, динамічних відео, тривалість яких зазвичай становить від 15 до 60 секунд. Орієнтовані на швидке споживання контенту, вони мають потужний потенціал для вірусного поширення завдяки алгоритмам, які підбирають найцікавіші матеріали. YouTube як відеохостинг із глобальним охопленням показує помірний, але стабільний рівень активності. Основний показник – кількість підписників – свідчить про те, що YouTube сприяє формуванню тривалих взаємозв'язків з користувачами.

Онлайн-платформа Patreon орієнтована на тісніший зв'язок із відданими шанувальниками, що пояснює її вузький формат. Кількість переглядів і підписок на ній значно менша порівняно з YouTube, що є очікуваним для платної закритої платформи. Водночас присутність коментарів свідчить про високу взаємодію між виконавцем і аудиторією. Попри те, що показники нижчі, головна перевага Patreon полягає у фінансовій підтримці від зацікавлених користувачів.

Порівнявши обидві платформи, можна стверджувати, що YouTube ефективно сприяє широкому охопленню аудиторії та залученню нових слухачів, тоді як Patreon забезпечує більш глибоку взаємодію з найвідданішими шанувальниками та стабільне джерело доходу. Для музикантів найбільш перспективною є стратегія поєднання цих платформ: використання YouTube для популяризації та розширення аудиторії, а Patreon – для монетизації творчості через ексклюзивний контент для лояльних прихильників.

Зазначимо, що окрім сучасної попмузики, важливо підтримувати й популярність народної музики. Багато стримінгових сервісів надають можливість виконавцям представляти свої інтерпретації українських народних пісень у різних стилях та жанрах. Народна музика має значний потенціал для творчого переосмислення, сприяючи збереженню національних традицій у поєднанні з сучасними тенденціями.

Варто згадати новаторський проєкт – мобільний додаток «Ukrainian Live Classic», який відкриває

широкому загалу як в Україні, так і за її межами, багатий пласт української класичної музики – від епохи бароко до творів сучасних композиторів. Він систематизує твори з архівів і бореться зі стереотипами про «меншовартість» української культури, які виникли в радянський період (Prus, 2020). Засновники цього проєкту, Тарас Демко та Іван Остапович, створили додаток, щоб подолати постколоніальний синдром, спрямовуючи його на глобальну англійську аудиторію та відновлюючи історичну справедливість через музику композиторів, імена яких були свідомо замовчувані.

Українська класична музика вирізняється своєю багатогранністю: від творів композиторів-священиків до симфоній, написаних у концтаборах. Додаток підкреслює цю глибину за допомогою тематичних плейлистів, таких як «Сумно, аж край» та «Brilliant classic», що відображають національні стилі – сентименталізм і специфічний український романтизм. Проєкт демонструє, що українська культура – це не лише фольклорні наспіви, а складова частина європейської інтелектуальної традиції, яка зараз набуває нової актуальності завдяки цифровим технологіям.

Окрім популяризації та підтримки розвитку української аудіовізуальної продукції як в Україні, так і за її межами, платформи Apple Store і Google Play Market продовжують активно сприяти цьому процесу. Проєкт також працює над оцифрованою української культури, зокрема популяризацією класичних творів і архівних матеріалів. Додаток і платформа доступні на двох мовах: англійській та українській (Прус, 2020).

Текстова підтримка є важливою для додатку Ukrainian Live Classic і медіаплатформи «ukrainianlive.org», які популяризують контент про історію української музики з описами музичних епох і стилів, біографіями композиторів та детальними анотаціями музичних творів.

У 2020 році цей контент розробила команда експертів-музикознавців Галицького музичного товариства, зокрема професор Люба Кияновська, доктор мистецтвознавства Тереза Мазепа та доктор мистецтвознавства Наталія Сиротинська. З 2021 року музичні редактори Вікторія Антошевська та Максим Лунін співпрацюють із художником Глібом Рахманінім, який створює оригінальні портрети композиторів. Ця команда здійснює щотиж-

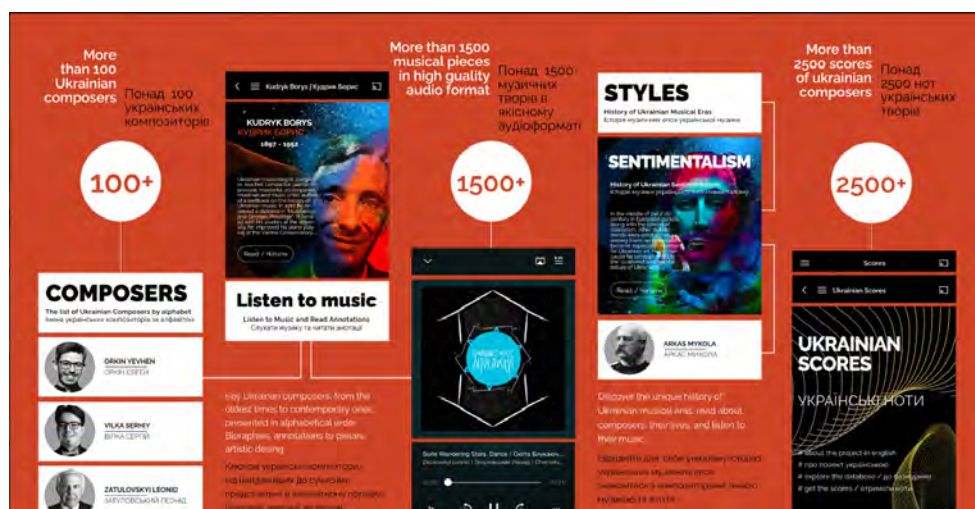


Рис. 2. Ukrainian Live Classic. Карта додатку

Джерело: (Ukrainian Live Classic, 2025)



Рис. 3. Представлення композиторів на сайті Ukrainian Live Classic

Джерело: (Ukrainian Live Classic, 2025)

неву підготовку оновлень, створює інформаційні повідомлення, анотації та біографічні довідки про композиторів. (Mazera & Kyianovska, 2023).

Після повномасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року фахівці зафіксували зростання аудиторії та посилення міжнародного інтересу до творчості українських композиторів. У відповідь на цей інтерес українські музиканти та культурні активісти за ініціативи проєкту Ukrainian Live Classic, Клубу Лятошинського та Українського інституту започаткували електронну бібліотеку Ukrainian Scores. Її метою є забезпечення вільного глобального доступу до нотної спадщини українських композиторів. Сторінка проєкту містить докладні інструкції щодо користування ресурсом і доступна як через застосунок Ukrainian Live Classic, так і через відповідну медіаплатформу.

Зараз бібліотека містить понад 2500 творів, що охоплюють різні епохи – від Відродження до сучасності в різних стилях і жанрах. Для зручності користувача колекція поділена на 14 категорій: вокальна музика, сольна музика, камерна музика, хорова музика, оркестрова музика (зокрема камерний, симфонічний і духовий оркестр), електронна музика, балет, опера тощо. Спеціальна команда професійних музикантів і менеджерів проєктів допомагає користувачам у виборі композицій і забезпечує керівництво виконанням. З моменту заснування сотні виконавців і музичних колективів по всьому світу включили українську музику у свій репертуар (Mazera & Kyianovska, 2023).

У сучасному світі надзвичайно важливо забезпечувати доступ до культурного мистецтва за допомогою цифрових технологій, особливо в умовах глобалізації та динамічного розвитку медіапростору. Саме тому заслуговує на увагу цифровий додаток OperaVision – платформа для перегляду опери онлайн, що підтримується програмою Європейського Союзу «Креативна Європа». Вона популяризує оперне та балетне мистецтво для широкої міжнародної аудиторії. Люк О'Шонессі, асоційований директор Opera Europa та керівник OperaVision, проводить майстеркласи з відеозйомки оперних і балетних вистав, сприяючи вдосконаленню цифрового представлення сценічного мистецтва. Платформа дозволяє переглядати вистави, які транслюються наживо з театрів, а також доступні у записі протягом кількох місяців. Завдяки цьому цифровому додатку користувачі можуть у зручний для себе час переглядати опери, оперети, балетні й танцювальні шоу, а також концерти. Щотижня OperaVision презентує нові трансляції, що формують повноцінний онлайн-сезон із популярними творами, світовими прем'єрами та новими відкриттями.

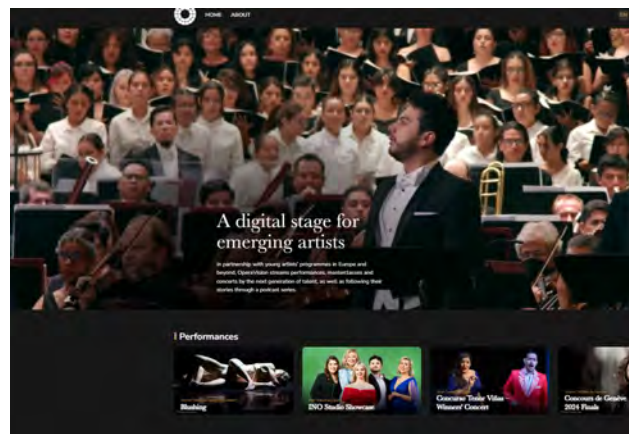


Рис. 4. Представлення платформи «OperaVision»

Джерело: (OperaVision, 2025)

Важливо підкреслити, що п'ять українських театрів приєдналися до консорціуму європейських оперних театральних закладів у межах проєкту «Opera Europa Next Generation». Він фінансується програмою Європейської комісії «Креативна Європа», спрямований на підтримку молодих талантів та популяризацію найкращих європейських оперних і балетних вистав серед глядачів по всьому світу саме завдяки платформі «OperaVision».

Зокрема, м. Львів представляє Львівський національний академічний театр опери та балету імені Соломії Крушельницької. На платформі представлені вистави «Жізелі», «Мадам Баттерфляй», «Тіні забутих предків». Автори проєкту популяризують оперу та рекламують творчість українських митців-професіоналів. Платформа транслює їхні виступи, майстер-класи та концерти, а також відстежує розвиток через нову серію подкастів (Audio-visual workshop, 2025).

Суттєву свободу для музикантів забезпечують не лише майданчики для поширення їхніх творів, але й можливість глобального самостійного управління творчістю та організації концертів. Цифрові технології роблять музичну індустрію більш доступною для аудиторії та відкривають нові сценарії роботи для артистів (Печеранський, & Шевчук, 2022). Проте важливим є подолання проблеми незаконного поширення контенту, яке загрожує порушенням авторських прав і культурній спадщині загалом. На сьогодні українська музична індустрія потребує дієвих механізмів захисту авторських прав та чітких договірних умов для співпраці між учасниками ринку.

Варто наголосити, що українська музика активно сприяє загальному культурному діалогу. Вона привертає увагу до самотності української культури та її впливу на формування нових

туристичних і культурних потоків. Окрім того, інтеграція української музики в європейський культурний простір приносить унікальні ідеї на міжнародну сцену, сприяє обміну цінностями та збагачує музичний досвід.

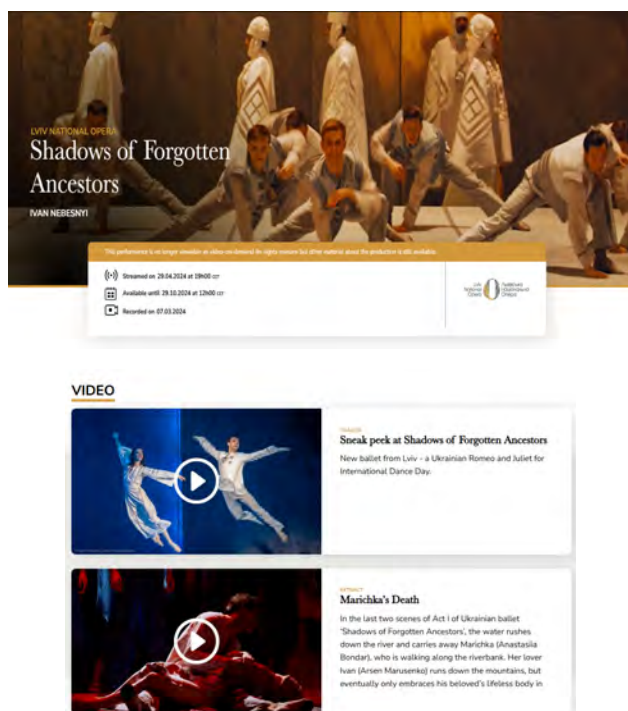


Рис. 5–6. Приклад з репертуару: балету «Тіні забутих предків», Іван Небесний на платформі «OperaVision»

Джерело: (OperaVision, 2025)

Зазначимо, що цифрові платформи стали каталізатором змін у споживанні музики, зокрема для молоді (80% слухачів віком 18–35 років). Аналіз даних агенції музичного консалтингу Soundbuzz (Research of the Music Market, 2020) показав, що інтеграція української музики в європейський простір через стрімінг сприяє формуванню позитивного іміджу України. Особливо це стосується жанрів, що поєднують традиційні мотиви з сучасними аранжуваннями.

Безумовно, інтернет-технології трансформують музичний простір України, створюючи не лише

виклики, але й унікальні можливості для розвитку, популяризації та збереження як традиційної, так і сучасної української культурної спадщини. Дослідження підтвердило, що цифрові платформи (Spotify, YouTube Music, Apple Music) суттєво збільшили доступність українського музичного контенту для глобальної аудиторії. Українські виконавці (такі як Kalush, The Hardkiss) демонструють зростання потоків на 150–350% після появи на міжнародних стрімінгових сервісах.

Висновки. Аналіз популярної української музики, її впливу на зміст сучасного культурного процесу довів вагомість розвитку медійних платформ. Соціальні мережі та стрімінгові платформи докорінно змінили спосіб поширення музики. У минулому для досягнення міжнародного успіху артистам була потрібна підтримка лейбла, але сьогодні важливу роль відіграють талант і навички користування цифровими інструментами. Зазначено важливість активної реалізації медійних кампаній для популяризації української музики й культури. Сьогодні необхідно залучати молодь до цього процесу та сприяти поширенню українського мистецтва серед ширшої аудиторії.

До основних чинників успіху українських музикантів через розвиток контенту на цифрових платформах належать: якісний візуальний контент, постійна взаємодія з аудиторією, використання трендових форматів та алгоритмів платформ, а також здатність поєднувати національні особливості звучання з глобальними музичними тенденціями. Окрім того, наголошується на загрозах для існування якісної української авторської музики, таких як піратство та контрафактна продукція, що стримують розвиток музичної індустрії.

Перспективи подальших досліджень полягають в аналізі соціокультурного впливу платформінгу на українську музику, а також популяризації її у світі з акцентом на національну автентичність. Окрім цього, важливо підкреслити роль віртуального контенту у формуванні емоційного зв'язку між виконавцем та його прихильниками порівняно з «живими» концертами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Динаміка частки українських, російських і всіх інших артистів у чарті Spotify. NUAM: вебсайт. 2025. URL: <https://www.nuam.club/ua-vs-ru> (дата звернення: 30.03.2025).
2. Єврокомісія представила Звіт щодо прогресу України в межах Пакету розширення 2024. EUUA: вебсайт. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/news/yevrokomisiya-predstavyla-zvit-shhodo-progresu-ukrayiny-v-mezhah-paketu-rozshyrennya-2024/> (дата звернення: 30.03.2025).
3. Печеранський І. В., Шевчук Ю. М. «Платформінг» як інструмент трансформації аудіовізуальних індустрій в епоху діджиталізації: перспективи та ризики. Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство. 2022. Вип. 47. С. 33–41. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.47.2022.269550>
4. Поплавський М. М., Трач Ю. В. Цифровізація музичної індустрії: тенденції і перспективи. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2022. № 2 (45). С. 30–39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2022_2_7 (дата звернення: 30.03.2025).

5. Прус М. Як мобільний додаток відроджує українську класичну музику й розповідає про неї світові. *Голос Америки: вебсайт*. 2020. URL: <https://www.holosameryky.com/a/ukrainian-live-classic/5703331.html> (дата звернення: 30.03.2025).
6. Скопцова О. В., Регеша Н. О. Музичні стрімінгові платформи в аспекті розбудови національно-культурної ідентичності. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*. 2023. Вип. 48. С. 88–94. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.48.2023.282458> (дата звернення: 29.03.2025).
7. Стеценко-Єршова І. В. Віртуальні музичні платформи та інтерактивні онлайн-концерти як інноваційні інструменти популяризації академічного вокального мистецтва. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2024. Вип. 49. С. 156–162. URL: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/850/982> (дата звернення: 30.03.2025).
8. Швець І. Г. Стрімінгові трансляції зірок на онлайн-ресурсах як складова популяризації особистого бренду. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філософія, культурологія, соціологія*. 2022. Вип. 24. С. 33–40. URL: https://visnyk-culturology.mdu.in.ua/ARHIV-uk/24/24_vipusk_2022.pdf (дата звернення: 29.03.2025).
9. Тунік-Фриз В. Одинадцять років без Кобзона: як працює український ринок музики. *Українська правда: вебсайт*. 2025. URL: <https://epravda.com.ua/biznes/odinadcyat-rokiv-bez-kobzona-yak-pracyuye-ukrajinskiy-rinok-muzyki-805004/> (дата звернення: 03.04.2025).
10. Al Dawood H. Seeking Legitimacy Through Specialization and Diversification: How Do Film Festivals Select Films: Master's Thesis. Uppsala Universitet, 2022 URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1676920/FULLTEXT01.pdf> (date of access: 03.04.2025).
11. Audio-visual workshop for five Ukrainian members. *Opera Europa: website*. 2025. URL: <https://opera-europa.org/news/audio-visual-workshop-five-ukrainian-member> (date of access: 30.03.2025).
12. Capalbi A., Fabbri T., Iervese V. New Digital Cinema: How Platforms Are Changing the Audiovisual Industry. Oxford: Oxford University Press, 2021. 210 p.
13. Cheng X., Dale C., Liu J. Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: YouTube as a Case Study. *IEEE Transactions on Multimedia*. 2007. Vol. 9. № 6. P. 1184–1194. URL: https://www.researchgate.net/publication/1757264_Understanding_the_Characteristics_of_Internet_Short_Video_Sharing_YouTube_as_a_Case_Study (date of access: 29.03.2025).
14. Hviid M., Izquierdo-Sanchez S., Jacques S. Digitalisation and Intermediaries in the Music Industry: The Rise of the Entrepreneur? *SCRIPTed*. 2018. Vol. 15. № 2. P. 210–235. URL: <https://script-ed.org/article/digitalisation-and-intermediaries-in-the-music-industry-the-rise-of-the-entrepreneur/> (date of access: 29.03.2025).
15. Mazepa T., Kyianovska L. Ukrainian musical and cultural project Ukrainian Live Classic. *Musikgeschichte in Mittel-und Osteuropa*. 2023. № 25. P. 237–249. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/597140438.pdf> (date of access: 30.03.2025).
16. OperaVision: website. 2025. URL: <https://operavision.eu/digital-stage-emerging-artists> (date of access: 30.03.2025).
17. Parvez T. Reinventing the Live Music Industry with Technology: From Live Shows to Virtual Reality Couch Concerts. Barcelona: Sonosuite, 2018. URL: <https://sonosuite.com/en/blog/reinventing-the-live-music-industry-with-technology/> (date of access: 29.03.2025).
18. Research of the Music Market of Ukraine and Its Foreign Economic Prospects: Analytical Report. Kyiv: Soundbuzz, 2020. 156 p. URL: https://soundbuzz.com.ua/images/research/Study_of_the_Music_Market_of_Ukraine_2020.pdf (date of access: 30.03.2025).
19. Tanna M., Singh H. Serverless Web Applications with React and Firebase: Develop Real-Time Applications for Web and Mobile Platforms. Birmingham: Packt Publishing, 2018. 342 p.
20. Ukrainian Live Classic. Офіційний вебсайт. 2025. URL: <https://ukrainianlive.org/> (дата звернення: 29.03.2025).
21. Van Dijck J., Poell T., de Waal M. The Platform Society: Public Values in a Connective World. Oxford: Oxford University Press, 2018. 240 p.

REFERENCES

1. Dynamika chastky ukrainskykh, rosiiskykh i vsikh inshykh artystiv u charti Spotify [Dynamics of the share of Ukrainian, Russian and all other artists in the Spotify chart] (2025) NUAM: websait – NUAM: website. Retrieved from <https://www.nuam.club/ua-vs-ru> [in Ukrainian].
2. Ievrokomisiia predstavyla Zvit shchodo prohrusu Ukrainy v mezhakh Paketu rozshyrennia 2024 [The European Commission presented a Report on Ukraine's progress within the 2024 Enlargement Package]. EUUA: websait – EUUA: website. Retrieved from <https://eu-ua.kmu.gov.ua/news/evrokomisiya-predstavyla-zvit-shchodo-progresu-ukrayiny-v-mezhah-paketu-rozshyrennya-2024/> [in Ukrainian].
3. Pecheranskyi, I., & Shevchuk, Yu. (2022) «Platforminh» yak instrument transformatsii audiovizualnykh industrii v epokhu didzhitalizatsii: perspektyvy ta ryzyky [“Platforming” as a tool for transformation of audiovisual industries in the digital age: prospects and risks]. *Visnyk KNUKіM. Serii: Mystetstvoznavstvo – Bulletin of KNUKіM. Series: Art Studies*, 47. 33–41. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.47.2022.269550> [in Ukrainian].
4. Poplavskiy, M. M., & Trach, Yu. V. (2022) Tsyfrovizatsiia muzychnoi industrii: tendentsii i perspektyvy [Digitalization of the music industry: trends and prospects]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv – Bulletin of the National Academy of Culture and Arts Management*, 2. 30–39. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2022_2_7 [in Ukrainian].
5. Prus, M. (2020). Yak mobilnyi dodatok vidrodzhuie ukrainsku klasychnu muzyku y rozpovidaie pro neii svitovi [How a mobile app revives Ukrainian classical music and tells the world about it]. *Holos Ameryky: websait – Voice of America: website*. Retrieved from <https://www.holosameryky.com/a/ukrainian-live-classic/5703331.html> [in Ukrainian].

6. Skoptsova, O., & Rehesha, N. (2023) Muzychni striminohovi platformy v aspekti rozbudovy natsionalno-kulturnoi identychnosti [Music streaming platforms in the aspect of national-cultural identity development]. *Visnyk KNUKiM. Seriya: Mystetstvoznnavstvo – Bulletin of KNUKiM. Series: Art Studies*, 48. 88–94. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.48.2023.282458> [in Ukrainian].
7. Stetsenko-Ershova, I. V. (2024) Virtualni muzychni platformy ta interaktyvni onlain-kontserty yak innovatsiini instrumenty populyaryzatsii akademichnoho vokalnoho mystetstva [Virtual Music Platforms and Interactive Online Concerts as Innovative Tools for Promoting Academic Vocal Art]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku – Ukrainian Culture: Past, Present, Ways of Development*, 49. 156–162. Retrieved from <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/850/982> [in Ukrainian].
8. Shvets, I. H. (2022) Striminhovi transliatsii zirok na onlain-resursakh yak skladova populyarizatsii osobystoho brendu [Streaming broadcasts of stars on online resources as a component of personal brand promotion]. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnogo universytetu. Seriya: Filosofiia, kulturolohiia, sotsiologiia – Bulletin of Mariupol State University. Series: Philosophy, Cultural Studies, Sociology*, 24. 33–40. Retrieved from https://visnyk-culturology.mdu.in.ua/ARHIV-uk/24/24_vipusk_2022.pdf#page=133 [in Ukrainian].
9. Tunik-Friz, V. (2025) Odynadtsiat rokiv bez Kobzona: yak pratsiuie ukraïnskyi rynok muzyky [Eleven years without Kobzon: how the Ukrainian music market works]. *Ukrainska Pravda: vebsait – Ukrainian Truth: website*. Retrieved from <https://epravda.com.ua/biznes/odinadcyat-rokiv-bez-kobzona-yak-pracyuye-ukrajinskiy-rinok-muziki-805004/> [in Ukrainian].
10. Al Dawood H. (2022) Seeking Legitimacy Through Specialization and Diversification: How Do Film Festivals Select Films (Master's Thesis). Uppsala Universitet. Retrieved from <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1676920/FULLTEXT01.pdf>
11. Audio-visual workshop for five Ukrainian members (2025) Opera Europa: website. Retrieved from <https://opera-europa.org/news/audio-visual-workshop-five-ukrainian-member>
12. Capalbi, A., Fabbri, T., & Iervese, V. (2021) New Digital Cinema: How Platforms Are Changing the Audiovisual Industry. *Acta Universitatis Sapientiae, Communicatio*, 8(1). 22–35. DOI: <https://doi.org/10.2478/auscom-2021-0002>
13. Cheng, X., Dale, C., & Liu, J. (2007) Understanding the characteristics of internet short video sharing: YouTube as a case study. *IEEE Transactions on Multimedia*, 9(6). 1184–1194. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/1757264_Understanding_the_Characteristics_of_Internet_Short_Video_Sharing_YouTube_as_a_Case_Study
14. Hviid, M., Izquierdo-Sanchez, S., & Jacques, S. (2018) Digitalisation and Intermediaries in the Music Industry: The Rise of the Entrepreneur? *SCRIPTed*, 15(2). Retrieved from <https://script-ed.org/article/digitalisation-and-intermediaries-in-the-music-industry-the-rise-of-the-entrepreneur/>
15. Mazepa T., & Kyianovska L. (2023) Ukrainian musical and cultural project Ukrainian Live Classic. *Musikgeschichte in Mittel- und Osteuropa*, 25. 237–249. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/597140438.pdf>
16. OperaVision (2025) Ofitsiyni vebsait [Official website]. Retrieved from <https://operavision.eu/digital-stage-emerging-artists> [in Ukrainian].
17. Parvez, T. (2018) Reinventing the live music industry with technology: From live shows to virtual reality couch concerts. Barcelona: Sonosuite. Retrieved from <https://sonosuite.com/en/blog/reinventing-the-live-music-industry-with-technology/>
18. Research of the music market of Ukraine and its foreign economic prospects. A report on the results of the study. (2020) Kyiv. Retrieved from https://soundbuzz.com.ua/images/research/Study_of_the_Music_Market_of_Ukraine_2020.pdf
19. Tanna, M., & Singh, H. (2018) Serverless Web Applications with React and Firebase: Develop real-time applications for web and mobile platforms. Birmingham: Packt Publishing
20. Ukrainian Live Classic (2025) Ofitsiyni vebsait [Official website]. Retrieved from <https://ukrainianlive.org/>
21. Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018) *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press