

УДК 792.7(477):355.48(470:477)"2022/2023"(045)

Цитування:

Пахарчук О. С. Вектори розвитку вітчизняного шоу-бізнесу в умовах воєнного стану. *Мистецтвознавчі записки* : зб. наук. пр. 2023. Вип. 43. С. 225–223.

Pakharchuk O. (2023). Vectors of Development of National Show Business Under Marital Law. *Mystetstvoznavchi zapysky*: zb. nauk. pr., 43, 225–230 [in Ukrainian].

*Пахарчук Олександр Сергійович,
заслужений артист України,
викладач кафедри організації
театральної справи імені І. Д. Безгіна,
помічник ректора Київського національного
університету театру, кіно і телебачення
імені І. К. Карпенка-Карого
<https://orcid.org/0009-0001-6134-8508>
dolyalex@ukr.net*

ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ШОУ-БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Мета статті – дослідити процес формування діяльності шоу-бізнесу в умовах російсько-української війни, виявити професійні трансформації діячів шоу-бізнесу, обумовлені факторами військового сьогодення, визначити нові формати та стилістичні рішення мистецьких проєктів. **Методологія дослідження** ґрунтується на застосуванні емпіричного методу, який дав можливість дослідити тенденції розвитку шоу-бізнесу в умовах війни; метод мистецтвознавчого аналізу надав можливість комплексно дослідити та охарактеризувати зміну сфери діяльності представників шоу-бізнесу, проаналізувати волонтерську, гастрольну, громадську та мистецьку діяльність діячів українського шоу-бізнесу в умовах воєнного стану в Україні; аксіологічний метод базується на з'ясуванні змін в концертному репертуарі та тематиці мистецьких творів, зверненні до пісенної спадщини українців, визначенні утворення нових форматів творчих проєктів та їх інтеграцію у міжнародний мистецький простір. **Наукова новизна** полягає у встановленні векторів розвитку шоу-бізнесу на вітчизняній мистецькій арені, в узагальненні змін мистецької діяльності представників шоу-бізнесу на тлі актуалізації світового інтересу до українського видовищного мистецтва. **Висновки.** Сфера діяльності шоу-бізнесу кардинально змінює концептуальні підходи до створення розважального контенту та стає потужним рушієм супротиву агресії й підтримки населення України. Діячі шоу-індустрії завдяки патріотизму змогли проявити себе як провідники волонтерського руху, ретранслятори патріотичного виховання населення та амбасадори української масової культури закордоном. Пріоритетним стає відновлення мистецької спадщини та стратегії її розвитку в майбутньому, щоб контент, який пропонується митцями сьогодні, викликав інтерес і надалі, пропагуючи національну ідентичність на міжнародному рівні.

Ключові слова. *Шоу-бізнес, патріотизм, мистецькі проєкти, волонтерство, концертна діяльність, гастрольна діяльність, репертуар.*

Pakharchuk Oleksandr, Honoured Artist of Ukraine, Lecturer, I.D. Bezgin Department of Theatre Organisation, Assistant to the Rector, Kyiv National I.K. Karpenko-Karyi University of Theatre, Cinema and Television

Vectors of Development of National Show Business Under Marital Law

The purpose of the article is to study the process of shaping show business activities in the context of the Russian-Ukrainian war, to identify professional transformations of show business actors caused by the factors of the military present, and to determine new formats and stylistic solutions for art projects. **The research methodology** is based on the empirical method, which made it possible to study the trends in the development of show business in the conditions of war. The method of art analysis provided an opportunity to comprehensively study and characterise the change in the scope of activities of show business representatives, to analyse the volunteer, touring, public, and artistic activities of Ukrainian show business figures under martial law in Ukraine. The axiological method is based on clarifying changes in the concert repertoire and themes of artistic works, referring to the song heritage of Ukrainians, determining the formation of new formats of creative projects and their integration into the international artistic space. **The scientific novelty** lies in the establishment of vectors for the development of show business in the domestic art arena, in generalising changes in the artistic activity of show business representatives against the background of the actualisation of the world's interest in Ukrainian performing arts. **Conclusions.** The show business sector is radically changing conceptual approaches to the creation of entertainment content and is becoming a powerful driver of resistance to aggression and support of the Ukrainian population. Thanks to their patriotism, show industry figures have been able to prove themselves as leaders of the volunteer movement, re-tellers of patriotic education of the population, and ambassadors of Ukrainian mass culture abroad. The priority is to restore the artistic heritage and develop strategies for its future development, so that the content offered by artists today will continue to be of interest in the future, promoting national identity at the international level.

Key words. Show business, patriotism, art projects, volunteering, concert activity, touring activity, repertoire.

Актуальність теми дослідження. Протягом століть росія завжди намагалася винищити українську культуру, ментальність, національну художню спадщину, і водночас нав'язати свої наративи, топоніми, мову. Побутує теза, що мистецтво повинно бути поза політикою, проте військова агресія росії проти України кардинально змінила це, й так не вірне, твердження. Культура і мистецтво завжди негайно реагували на ситуації, що відбувалися в країні. Кожен історичний період висвітлений у мистецтвознавстві: поезії, прозі, образотворчому мистецтві, піснях, кінофільмах та інших творах мистецтв, завдяки чому можна прослідкувати політичні та соціальні події певного періоду.

Нині очевидним є факт геноциду української нації російською федерацією. З початку «гарячої фази» російсько-української війни істотно змінилось світосприйняття діячів розважального сегменту масової культури України та їх діяльність від волонтерського руху до відновлення творчої діяльності вже протягом декількох місяців після початку агресії; відбулися зміни в репертуарній та гастрольній політиці митців розважальної індустрії; зазнали метаморфоз й звичні для артистів концертні майданчики. Представники культурної спільноти з перших днів військового вторгнення проявили активний мистецький супротив, виступили не тільки як провідники вітчизняної масової культури, а й патріотично налаштовані громадяни Української держави.

Неспроможність окупантів знищити Україну як Державу та викреслити українське мистецтво зі світового мистецького простору змушує сучасних митців переглянути можливість популяризації національного сегменту культури в багатьох країнах світу. Тому такі виклики сьогодення провокують виникнення нових векторів розвитку шоу-бізнесу, підсилюють потребу у творчій комунікації та стануть в центрі уваги теоретиків і практиків.

Аналіз досліджень і публікацій. Осмислення наукових досліджень і публікацій дає підстави констатувати, що мистецька галузь під час війни залишається ще малодослідженою. Дослідники з філософії, соціології, культурології, мистецтвознавства та ін. галузей ще досконало не переосмислили діяльність українського шоу-бізнесу з початку «гарячої фази» російсько-української війни з наукової точки зору.

Аналіз конкурсно-фестивального руху в Україні під час російського вторгнення та розуміння його культурного стратегічного

розвитку розглянула Р. Безугла у науковій статті «Конкурсно-фестивальний рух в Україні в часи російсько-української війни» [1].

Мистецькі практики та зміну їх тематики під час війни у нових візуальних й аудіальних артефактах висвітлила А.Тормахова у науковій праці «Мистецькі практики під час війни: український вимір» [7].

С. Манько розглядала творчу діяльність артистів вокальних жанрів під час війни у науковому доробку «Тенденції розвитку естради у військовий час» [4].

Аналіз українських військових пісень, класифікацію вокальних творів та їхній вплив на формування національної самосвідомості здійснював О. Дедуш у науковій статті «Українські військові пісні як елемент національної самосвідомості» [2].

М. Мельник у науковому дослідженні «Різноманітність новітніх форм сміхової культури в медійному просторі України» визначила концепцію реалізації форм сміхової культури у вітчизняних медіа та їх характерні особливості під час військового стану [5].

Гумор та сатиру як механізми, які здатні впливати на реципієнта психологічно через конкретну інформацію, аналізував у статті «Гумор та сатира як механізми стійкого інформаційно-психологічного впливу» З. Коваль [3].

Проте наукових матеріалів наразі недостатньо, тому питання, які пов'язані з розвитком мистецького простору потребують подальшого детального дослідження.

Мета статті – дослідити процес формування діяльності шоу-бізнесу в умовах російсько-української війни, виявити професійні трансформації діячів шоу-бізнесу, обумовлені факторами військового сьогодення, визначити нові формати та стилістичні рішення мистецьких проєктів.

Виклад основного матеріалу. Раптове вторгнення російської федерації в Україну кардинально змінило всі сфери діяльності суспільства. На тлі неспровокованої агресії рф почали відбуватися метаморфози й у мистецькому секторі країни.

Театральне мистецтво, музичне мистецтво, кіно- та телевізійна індустрія, циркове мистецтво, образотворче мистецтво, мистецтво естради та інші культурні й мистецькі інституції – всі ці ланки шоу-бізнесу постали перед викликом протидії окупанту. Звісно, у боротьбі з ворогом мистецька спільнота не може залишатися осторонь, діячі шоу-бізнесу не можуть бути байдужими до викликів сьогодення.

Слід зазначити, що з самого початку вторгнення військ РФ на територію України та анексії Криму в 2014 році, діячі шоу-бізнесу розділилися на декілька груп.

Перші відразу проявили патріотизм й засудили анексію Криму та припинили творчу діяльність з країною-агресором. Яскравими прикладами стали заяви співачок Джамали та Злати Огнєвіч, рок-гуртів «Океан Ельзи» та «Бумбокс», акторів «Студії Квартал 95» та багатьох інших. Друга група митців проявила елементи «політичного інфантилізму», припинила активну гастрольну діяльність, однак активно продовжувала просування своєї творчості в ефірі музичних радіостанцій країни-агресорки. Третя група проявила елементи колабораціонізму, виступаючи з хибним лозунгом «мистецтво поза політикою» та продовжуючи активно гастрювати на теренах країни-агресора.

Воєнні реалії 2022 року створили кризові умови для діяльності митців. Шоу-бізнес стикається з рядом проблем, які, здавалося б, могли зупинити розвиток культурної індустрії. Втрата сценічних майданчиків; неспроможність запису музичних творів; заборона або обмеження створення розважального контенту; руйнування концерт-холів, театрів; еміграція акторів, артистів, режисерів, продюсерів; введення комендантської години; блекаут; заміна музичних інструментів, мікрофонів зброєю, – це лише один відсоток тих проблем, які виникли перед творчою спільнотою. Таке напружене становище в суспільстві загострює вирішення проблемних аспектів творчої діяльності. Гостро постає питання доцільності проведення розважальних заходів.

Проте мотивація народу захисту своєї Держави формує нову модель шоу-бізнесу, культивує національне мистецтво не тільки в Україні, а й поза її межами. Відбувається стрімкий процес адаптації до умов воєнного часу. Почуття патріотизму проявляють майже всі діячі розважальної галузі. Тому виникає потреба переформатування мистецького продукту в контексті моральної, емоційної, психологічної підтримки для людей, які пережили травми, для бійців, які мужньо захищають нашу землю. Фахівцям шоу-бізнесу потрібно віднайти баланс між розважальним та підтримуючим фактором, наповнити культурно-мистецький простір різножанровим контентом з новою тематикою, оскільки будь-які творчі практики нині сприймаються через призму війни. Тому, досить чітку тематичну класифікацію мистецького продукту, яка визначає його ідейне спрямування,

запропонувала Тормахова, А. «Тематика матеріалу може бути розподілена за декількома рубриками: 1) героїчні, що мають патріотичний характер та змальовують вдалі перемоги над ворогом; 2) комічні, що демонструють недолугість окупантів; 3) ліричні, що показують основні цінності, за які варто боротися; 4) трагічні, що змальовують ураження, що зазнають люди у різних куточках України. Цей різний контент може формуватися на базі нового фактичного матеріалу, а також сполучатись з іншим, створеним раніше та добре пасує сучасній ситуації, виходячи з його тематики тощо» [7, 71].

Варто зауважити, що у репертуарі сучасних артистів почали з'являтися козацькі пісні, пісні січових стрільців у новій сучасній інтерпретації. Це свідчить про активне звернення артистів до пісенного спадку наших предків, про зацікавленість до відновлення історичного мистецького надбання. Такі музичні твори в усі часи при військових конфліктах ставали «важливим елементом української національної свідомості, висвітлюючи історичні події української історії, побут українців та їхню ментальність.<...> Варіації та переробки пісень показують ряд тенденцій, що відбувались у ході історичного процесу, зміну цінностей народу, ставлення до тієї чи іншої події, історичної особи і т.д. Їхнє сучасне побутування у цивільній і військовій сфері життя українців ще раз свідчить про їхню важливість як елементу національної ідентичності та носіїв особливостей українського народу, який зі зброєю в руках здобував незалежність своєї землі» [2, 35].

Важливим аспектом діяльності шоу-бізнесу в Україні стало й те, що митці та діячі в галузі шоу-бізнесу не припинили свою роботу за фахом, а почали продукувати свої твори через соціальні мережі та Інтернет. Така популяризація мистецького контенту дає можливість творчо експериментувати молодим виконавцям та наповнювати простір новими ідейними проектами. Актори, співаки, відомі діячі шоу-індустрії почали знімати кліпи та створювати новий продукт патріотичного спрямування у гумористичному стилі. «Гумор завжди виникає на протиставленні певних протиріч, в неоднозначності сприйняття й розумінні подій та ситуацій. Влучні жарти демонструють вміння людини вдало аналізувати й сприймати життєві реалії та стають своєрідною інформаційною зброєю. Тобто інформаційний простір веде активну боротьбу засобами мистецтва. Вміння вдало

жартувати свідчить про митецький код нації, який зараз вписується в новітню історію нашої національно-визвольної боротьби за незалежність України» [5, 27]. Вдалими гумористичними прикладами стали «байки від діда» Станіслава Боклана. Це новий формат казки у римах на військову тематику. Стали досить популярними мікрометражні художні кінострічки, зняті на смартфон, де українка навчала рашистів української абетки. Ведуча та гумористка Леся Нікітюк створила новий текст на відомі мелодії пісень та переспівала їх у притаманному їй характерному образі.

Такі складні умови, в яких перебуває суспільство, обумовили появу «нових» стилістичних рішень мистецького контенту. Один з них – «байрактарщина» – новий термін, оспіваний ЗСУ. Такі музичні твори не спрямовані на набуття статусу супер-хіт, проте деякі з них стають популярними хітами та, навіть, маршем воєнного часу. Зокрема, це пісня Макса Барських «Буде весна», О. Пономарьов та М. Хома «Гей, соколи», О. Пономарьов, М. Хома, Т. Тополя, Є. Кошовий, Ю. Ткач, П. Чорний «Україна переможе» та інші. Чітко зазначеного терміну в теорії музичної естради не зазначено, проте даний напрям набуває художньої цінності за ідейно-тематичним спрямуванням. У цьому, власне, й розкривається головна особливість – кон'юнктурність. Важливим є знайти вірний стиль, завдяки якому можна і варто висвітлювати війну й подвиг українців, навіть, різними мовами.

«Під час війни підняття духу мирних мешканців та особливо військових надзвичайно важливе, тому артисти висловлюють свою громадську позицію за допомогою пісень, поширюючи інформацію про війну в Україні засобами музики по всьому світу. Наші виконавці беруть участь у благодійних концертах як у своїй країні, так і за її межами, збираючи кошти на підтримку ЗСУ. Артисти проводять інформаційну війну проти агресора» [4, 97].

Варто зазначити, що з перших днів війни багато артистів вступили до лав ЗСУ та територіальної оборони, проявляючи патріотизм і відповідальність за рідну країну: фронтмен гурту «Бумбокс» Андрій Хливнюк, фронтмен гурту «Океан Ельзи» Святослав Вакарчук, Тарас Тополя та повний склад гурту «Антитіла», Сашко Положинський, соліст гурту «ТНМК» Олег «Фагот» Михайлюта, шоумен та телевізійний ведучий Микола Серга, режисери Олег Сенцов та Ахтем Сеїтаблаєв, танцівник Дмитро Дікусар, співак Макс

Барських, актор «Студії Квартал 95» Олександр Пікалов та інші.

Українське суспільство наразі потребує збільшення національного культурного продукту, що своєю чергою призводить до розширення мистецьких напрямів та їх жанрового різноманіття. Домінантним жанром нині став стендап. «До повномасштабного вторгнення багато людей дивилися стендап, але переважно – російських та білоруських коміків. Зараз українці свідомо відмовилися від споживання контенту цих країн, зокрема стендапу. Тоді постало питання знайти український відповідник. Наша комедія зростала давно і якраз на цей момент стала потужною, щоб зацікавити людей. Доказ цьому – глядачі продовжують її дивитися» [6]. Стендап-коміки своєю творчістю доводять, що слово – це головний засіб інформаційної війни, а гумористичний формат є захисником від страху.

З перших днів агресії представники шоу-бізнесу розпочали потужний волонтерський рух. Збір коштів для потреб ЗСУ, допомога переселенцям із зони бойових дій, гуманітарна допомога – основні напрямки діяльності митців.

Відомий шоумен та телеведучий Сергій Притула став засновником благодійного фонду, який спрямований на збір коштів та закупівлю необхідного обладнання для потреб ЗСУ. Заслугує на увагу проведена акція «Байрактар до дня народження», коли фонд зібрав 600 мільйонів гривень за три доби завдяки благодійним внескам населення України та шанувальникам Сергія Притули по всьому світі. Фонд мав змогу орендувати космічний супутник для потреб ЗСУ, придбати більш ніж 100 одиниць спеціальної броньованої техніки, приладів нічного бачення, тепловізорів, засобів особистого захисту для бійців ЗСУ. Свої доповіді про діяльність фонду С.Притула регулярно викладає на сторінках соціальних мереж.

Ведуча Леся Нікітюк зробила два хаби для переселенців в Польщі та Хмельницькому. Це дало змогу людям, які виїжджають із зон бойових дій перепочити короткий проміжок часу, отримати лікування, харчі, допомогу спеціалістів-психологів. Співачка Віра Брежнєва дев'ять місяців з початку війни працювала звичайним волонтером в Польщі. Співачка Даша Астаф'єва ще з березня засудила загарбницькі дії РФ та деяких артистів з України, які проживають в країні-агресорці через сторінку в соціальних мережах.

Багато діячів шоу-бізнесу з інших міст країни також долучилися до волонтерського

руху. Яскравими прикладами цього є діяльність харківських відомих гуртів «М.АТ.Е», «Село і люди», поета та співака Сергія Жадана, відомого актора Олексія Горбунова та його гурту «Грусть пілота», який мешкає наразі в Одесі. Активно займаються волонтерською діяльністю Ада Роговцева, Павло Зібров, Наталя Могилевська, Тіна Кароль та інші творчі особистості. Тому є очевидним зміна професійної діяльності у сфері шоу-бізнесу. Зокрема волонтерська діяльність митців надала можливість переосмислення щодо модернізації та адаптації культурних проєктів.

Заслуговує на увагу й перформативна діяльність шоу-індустрії в Україні, започаткована Першою леді країни Оленою Зеленською. Це онлайн проєкт «Скажи чесно, ти як» у рамках програми психічного здоров'я та психологічної підтримки населення. Основною метою цього проєкту стала допомога населенню у подоланні стресу, пов'язаного з війною та наслідків пережитих травматичних подій. В рамках проєкту відомі ведучі та співаки: Юрій Горбунов, Соломія Вітвицька, Вадим Карп'як, Злата Огневич, Світлана Тарабарова, Олександра Зарицька та інші, розповіли власні історії, пов'язані з війною та запропонували швидкі техніки, які допомогли їм пережити стрес, страх та підтримати близьких.

В рамках суспільного марафону на радіо й телебаченні, відомі зірки шоу-бізнесу щодня підтримують та з вдячністю шанують бійців ЗСУ. Відома ведуча Катя Осадча взяла на себе надважливу соціальну та психологічну місію, створивши телевізійний проєкт, команда якого долучилася до пошуку зниклих безвісти родичів вимушених переселенців із зон бойових дій, або населення, вимушеного жити в окупації.

Нині артисти проводять концерти для морально-психологічної підтримки бійців на лініях зіткнення, на галявинах, на руїнах, у військових шпиталях, військових частинах та полігонах, бомбосховищах, станціях метрополітену великих міст, де з початку війни переховується населення від авіаційних, артилерійських та ракетних обстрілів з боку країни-агресорки. Активну участь в таких концертних турах беруть актори студії «Квартал 95», Дмитро Шуров, Злата Огневич, Максим Барських, Олег Скрипка та інші. Під час цих концертів організують збори коштів для підтримки ЗСУ, що свідчить про велику роботу артистів у напрямку благодійності.

Новаційним вирішенням проведення концертів стала платформа метро «Хрещатик» у Києві. Артисти, ведучі, музиканти

запрошують військовослужбовців, їхні родини, внутрішньо переміщених осіб тощо, аби морально підтримати людей. Такий формат проведення концертів поширився і в інші міста, де функціонує метрополітен. Святослав Вакарчук дав декілька концертів під гітару на станціях метрополітену міста Харкова на самому початку війни, коли в метрополітені цілодобово перебувало близько 150 тисяч мешканців міста. А в цей час у метрополітені Києва активно виступала Наталія Могилевська.

Посилено організуються та проводяться «воєнні тури». Активна гастрольна діяльність об'єднала діячів шоу-індустрії різних регіонів України у створенні українського мистецького продукту, який надихає, підбадьорює людей та підіймає бойовий дух військових. Географія проведення таких заходів нині розширюється, відбуваються кардинальні зміни публіки мистецьких проєктів, вирішуються проблеми побудови творчого діалогу з представниками різних спільнот, інтегруючись до нових реалій. Водночас розпочинається активна гастрольна концертна діяльність закордоном. Метою такої діяльності митців шоу-бізнесу є синтез в творчості та психологічній підтримці біженців з України, пропагування української сучасної масової культури, збір коштів для потреб ЗСУ та волонтерський рух для підтримки громадян в середині країни. Такі тенденції спонукають розробити нові вектори діяльності творчих особистостей.

З 1 квітня 2022 року Міністерство культури та інформаційної політики України видало розпорядження щодо відновлення роботи закладів культури та мистецьких інституцій – театрів, опер та концертних залів – з урахуванням поточної ситуації та при наявності бомбосховища [8]. У цей період шоу-бізнес України активно підтримав заклик колег не тільки з культурно-мистецьких інституцій, а й представників інших галузей щодо відмови від російськомовного контенту в репертуарній політиці в культурному середовищі України. Починається активна реформація українського мистецтва у створенні спільних національних проєктів, що спрямовані на протидію російській агресії.

Тож попри легковажність всієї галузі, діячі шоу-бізнесу змогли проявити свій патріотизм, згуртуватись навколо Батьківщини у період найважчих хвилин для країни та адаптувати мистецький продукт відповідно до сучасних реалій.

Наукова новизна полягає у встановленні векторів розвитку шоу-бізнесу на вітчизняній мистецькій арені, в узагальненні змін

мистецької діяльності представників шоу-бізнесу на тлі актуалізації світового інтересу до українського видовищного мистецтва.

Висновки. Тож, можна констатувати, що під час вторгнення російської федерації в Україну, діяльність шоу-бізнесу кардинально змінює концептуальні підходи до створення розважального контенту та стає потужним рушієм супротиву агресії й підтримки населення України. Креативна індустрія шоу-бізнесу змогла згуртуватись під час початку повномасштабної агресії РФ проти України та пройти за доволі короткий проміжок часу від розпачу до активної діяльності в напрямку української масової культури. Діячі шоу-індустрії завдяки патріотизму змогли проявити себе як провідники волонтерського руху, ретранслятори патріотичного виховання населення та амбасадори української масової культури закордоном. Пріоритетним стає відновлення мистецької спадщини та стратегії її розвитку в майбутньому, щоб контент, який пропонується митцями сьогодні викликав інтерес і надалі, пропагуючи національну ідентичність на міжнародному рівні.

Тож попри війну, 2022 рік кардинально змінив вектори розвитку діячів українського шоу-бізнесу. Питання знаходиться в мейнстрімі країни-агресорки більше не стоїть та стояти не буде, а це дає можливість інтеграції українського шоу-бізнесу у світові мистецькі платформи. Воєнний терор здатен зашкодити, проте не знищити мистецтво.

Література

1. Безугла Р. Конкурсно-фестивальний рух в Україні в часи російсько-української війни. Збірник наукових праць Сучасне мистецтво, 2022 (18), С. 9–18. <https://doi.org/10.31500/2309-8813.18.2022.269657>
2. Дедуш О. В. Українські військові пісні як елемент національної самосвідомості. Молодий вчений, 2014. № 7 (1), С. 32–36.
3. Коваль З. Гумор та сатира як механізми стійкого інформаційно-психологічного впливу. Актуальні проблеми державного управління. Одеса, 2020. Т.1. № 81. С. 45–49.
4. Манько С. Тенденції розвитку естради у військовий час. Культура України: зб. наук. пр. М-во культури та інформ. політики України, Харків. держ. акад. культури / за заг. ред. В. Шейка. Харків: ХДАК, 2022. Вип. 78. С. 94–99.
5. Мельник М. М. Різноманітність новітніх форм сміхової культури в медійному просторі України. Альманах «Культура і Сучасність». Київ: НАКККіМ, 2022. Вип. 2. С. 24–29. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2022.270538>
6. Степаненко В. Нація меморобів: українські стендап-коміки про гумор та благодійність під час війни. URL: <https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/nacziya-memorobiv-ukrayinski-stendap-komiky-pro-gumor-ta-blagodijnist-pid-chas-vijny/> (Дата звернення: 18.04.2023).
7. Тормахова А. Мистецькі практики під час війни: український вимір. Укрїнська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Рівне: РДГУ, 2022. Випуск 40–41. С. 70–75.
8. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/z-1-kvitnya-v-ukrayini-postupovo-rozpochnut-robotu-zakladi-kulturi-ta-mistectv> (Дата звернення: 18.04.2023).

References

1. Bezugla R. Competition and festival movement in Ukraine during the Russian-Ukrainian war. Collection of scientific works Modern art, 2022 (18), pp. 9–18. <https://doi.org/10.31500/2309-8813.18.2022.269657> [in Ukrainian].
2. Dedush O. V. Ukrainian military songs as an element of national identity. Young scientist, 2014. № 7 (1), pp. 32–36. [in Ukrainian].
3. Koval Z. Humor and satire as mechanisms of persistent informational and psychological influence. Actual problems of public administration. Odessa, 2020. Volume 1. № 81. P. 45–49. [in Ukrainian].
4. Manko S. Trends in pop music development during wartime. Culture of Ukraine: coll. of science Ave. Ministry of Culture and Information politicians of Ukraine, Kharkiv. state Acad. of culture / in general ed. V. Sheika. Kharkiv: KhDAK, 2022. Issue 78. P. 94–99. [in Ukrainian].
5. Melnyk M.M. Diversity of the latest forms of laughter culture in the media space of Ukraine. Almanac "Culture and Modernity". Kyiv: NAKKKiM, 2022. Issue 2. P. 24–29. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2022.270538> [in Ukrainian].
6. Stepanenko V. Nation of memorabilia: Ukrainian stand-up comedians on humor and charity during the war. URL: <https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/nacziya-memorobiv-ukrayinski-stendap-komiky-pro-gumor-ta-blagodijnist-pid-chas-vijny/> (Date of application: 04/28/2023) [in Ukrainian].
7. Tormakhova, A. Artistic practices during the war: the Ukrainian dimension. Ukrainian culture: past, present, ways of development. Rivne: RDSU, 2022. Issue 40–41. P. 70–75. [in Ukrainian].
8. Government portal. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/z-1-kvitnya-v-ukrayini-postupovo-rozpochnut-robotu-zakladi-kulturi-ta-mistectv> (Date of application: 04/20/2023) [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 20.04.2023
Отримано після доопрацювання 22.05.2023
Прийнято до друку 29.05.2023