

УДК 378.147:78.075]:78.03(477)

DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4634.2025.349399>

Ольга Хижна, доктор педагогічних наук, професор
кафедри музичного мистецтва

Мукачівського державного університету

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5882-8933>

Маріанна Сухолова, доктор філософії, доцент
кафедри музичного мистецтва

Мукачівського державного університету

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8720-3182>

Роксолана Шпіца-Павлюк, кандидат педагогічних наук,

старший викладач кафедри початкової освіти

Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9354-0641>

ІСТОРІЯ УКРАЇНСЬКОЇ МУЗИКИ ЯК ПІДГРУНТЯ ПРОФЕСІЙНОГО СТАНОВЛЕННЯ МУЗИЧНОГО МЕНЕДЖЕРА В РАКУРСІ ПОСТМОДЕРНІЗМУ: ОБРАЗНА І ЖАНРОВА ПАЛІТРА

У статті розглянуто роль вивчення історії української музики у професійному становленні музичних менеджерів в Україні. Охарактеризовано прояви постмодернізму в сучасній українській музичній культурі та їх вплив на фаховий розвиток музичних менеджерів. Визначено основні риси постмодерної естетики – поєднання елітарної і масової культури, синтетизм, цитування, реінтерпретацію, іронію та ігровий характер мистецтва. Проаналізовано, як ці тенденції виявляються у сучасній українській музиці, зокрема у творчості Jerry Heil, Alona Alona та Go_A. Показано, що для сучасного музичного менеджера важливо не лише розуміти естетичні засади постмодернізму, але й уміти стратегічно працювати з культурними запозиченнями, семплінгом, цифровими форматами та гібридними жанрами. Зроблено висновок, що постмодерні тенденції формують нову модель культурного менеджменту, у якій ключову роль відіграє здатність до міжкультурної комунікації, інтерпретації смислів і збереження національної ідентичності в глобальному контексті.

Ключові слова: історія української музики; постмодернізм; музичний менеджер; семплінг; запозичення; цитування; реінтерпретація; ремікс; компіляція; популярна музика; партисипативна культура.

Табл. 1. Літ. 11.

Olha Khyzhna, Doctor of Sciences (Pedagogy),

Professor of the Musical Art Department,

Mukachevo State University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5882-8933>

Marianna Sukholova, Doctor of Philosophy,

Associate Professor of the Musical Art Department,

Mukachevo State University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8720-3182>

Roksolana Shpitsa-Pavliuk, Ph.D. (Pedagogy),

Senior Lecturer of the Elementary Education Department,

Kyiv Borys Hrinchenko Metropolitan University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9354-0641>

HISTORY OF UKRAINIAN MUSIC AS A BASIS FOR THE PROFESSIONAL FORMATION OF A MUSIC MANAGER FROM THE PERSPECTIVE OF POSTMODERNISM: PICTURE AND GENRE PALETTE

The article examines the role of studying the history of Ukrainian music in the professional development of music managers in Ukraine. The manifestations of postmodernism in modern Ukrainian music culture and their impact on the professional development of music managers are characterized. The main features of postmodern aesthetics are identified – a combination of elite and mass culture, syncretism, citation, reinterpretation, irony, and the playful nature of art. It is analyzed how these trends are manifested in modern Ukrainian music, in particular in the work of Jerry Heil, Alona Alona, and Go_A. It is shown that for a modern music manager it is important not only to understand the aesthetic principles of postmodernism, but also to be able to work strategically with cultural borrowings, sampling, digital formats and hybrid genres. It is concluded that postmodern trends form a new model of cultural management, in which the key role is played by the ability to intercultural communication, interpretation of meanings and preservation of national identity in a global context. Postmodernism in music has opened up new opportunities for creative communication, combining seemingly opposite cultural phenomena – elitist and mass, traditional and

innovative, local and global. Its key features – intertextuality, irony, citation, simulation, mixing genres, and cultural codes – define the modern appearance of the music industry. For a music manager, understanding postmodern techniques in modern Ukrainian music is a key tool for professional activity. The manager must: analyze the cultural code and historical context of the material – understand what folk or classical motifs are used, how they affect the audience's perception, and what meanings are conveyed through sampling, remixes or reinterpretations; coordinate legal aspects – ensure the legal use of copyrighted materials, control licenses for samples, remixes, and covers to avoid conflicts with copyright holders; create promotion and branding strategies – build marketing campaigns taking into account the combination of elite and mass music, select optimal digital platforms (YouTube, Spotify, Apple music), integrate postmodern techniques into promotional materials; develop audience and communication – explain to listeners the cultural and historical context of works, emphasize the innovativeness and creative potential of remixes, samples and genre experiments, forming a loyal and interested community; plan cross-genre projects – organize concerts, festivals or online projects that combine different musical traditions, creating a new cultural product that simultaneously preserves historical value and has modern appeal. Ukrainian music in recent years demonstrates that postmodern techniques are becoming an effective tool for international communication. Appeal to folklore, combining it with electronic and pop elements (as in the work of Jerry Heil, Alyona Alyona, Go_A) allows you to create a competitive cultural product that preserves national identity and at the same time corresponds to global trends.

Appealing to historical experience, the history of Ukrainian musical culture becomes a resource for innovation, and not just a basis for quoting. A manager who understands the deep origins of musical phenomena is able to recognize the patterns of cultural cycles and create new semantic configurations that resonate with both local and global audiences. Thus, modern music management in the postmodern era is not just a system of promotion, but a practice of cultural mediation, which combines history, innovation and artistic intuition, forming a new model of communication between art and society.

Keywords: history of Ukrainian music; postmodernism; music manager; sampling; borrowing; citation; reinterpretation; remix; compilation; popular music; participatory culture.

Постановка проблеми. Нині дедалі виразніше простежується тенденція до переосмислення історичної музичної спадщини не лише в академічному чи етнографічному контексті, але й у площині креативних індустрій. Фахова підготовка музичних менеджерів вимагає ознайомлення здобувачів освіти з найбільш значущими явищами, стилями та жанрами української музики, залучення їх до найкращих зразків творчості українських композиторів; висвітлення взаємозв'язків сучасної композиторської творчості з музичними традиціями попередніх століть; розвитку навичок критичного мислення, культурної свідомості, популяризація української музики. уміння самостійно оцінювати нові музичні події на основі знань з історії та теорії музики, сформувати власний погляд на сучасну українську музику.

Культурно-мистецький простір України кінця ХХ – початку ХХІ століття формується під впливом постмодернізму – явища, що стало однією з ключових рамок для осмислення сучасної культури. Його поява позначила не лише зміну естетичних орієнтирів після модернізму, а й нову логіку взаємодії традиції та інновації, локального й глобального, історичного досвіду та попкультури. Як зазначають дослідники Ю. Соколовський і Г. Асталош, “якщо модернізм орієнтований на максимальне оновлення виразних можливостей мистецтва, то постмодернізм спрямований на своєрідний художній діалог з культурним шаром минулих століть, трансформуючи та переосмислюючи його іронічно, через стилістичну гру чи еклектичне поєднання форм тощо” [1].

Постмодерна парадигма, що ґрунтується на синкретизмі, цитатності, еклектичному поєднанні елітарного і масового, створює нові умови функ-

ціонування музичного мистецтва, у яких минуле перестає бути статичним архівом і трансформується у дієвий інструмент культурного проектування. Зокрема, в українському музичному просторі спостерігається активне залучення фольклорних та академічних моделей у сферу популярної музики, шоубізнесу та крос-жанрових експериментів, що засвідчує зміщення акценту від збереження традиції до її інтерпретації.

Відповідно змінюється і професійний профіль музичного менеджера, який у постмодерному культурному полі не може обмежуватися виключно організаційно-адміністративними функціями. Сучасний менеджер дедалі більше проявляється як медіатор між історичною пам'яттю та актуальними смислами, що здатен трансформувати музичну спадщину у комунікаційний ресурс, бренд-ідентичність або креативну стратегію. У цьому контексті історія української музики постає не лише як навчальна дисципліна чи теоретичний фундамент професійної підготовки, але як динамічне середовище для формування комунікативних, аналітичних й інтерпретаційних компетенцій.

Таким чином, професійне становлення музичного менеджера у постмодерну епоху неможливе без глибокого засвоєння історико-культурної спадщини. Однак це засвоєння не повинно набувати академічно-репродуктивного характеру – воно здійснюється через постмодерні практики цитування, перетлумачення, стилізації та гібридизації жанрів. Саме такий підхід визначає нову наукову перспективу дослідження ролі історії української музики як підґрунтя для становлення сучасного професіонала у сфері музичного менеджменту.

Дослідження постмодернізму у сфері музики та культури охоплює широкий спектр наукових під-

ходів, поєднуючи теоретичні роздуми з аналізом конкретних практик. Учені прагнуть виявити характерні риси постмодернізму та оцінити його вплив на розвиток сучасного мистецтва.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Американський науковий критик і теоретик марксизму Ф. Джеймсон та французький філософ Жан-Франсуа Ліотар, аналізували постмодерні тенденції в культурі та мистецтві загалом; американський музикознавець Л. Крамер і британський музикознавець Н. Кук, зосереджувалися на інтертекстуальності та жанрових поєднаннях у музичному письмі; британський критик С. Фріт досліджував поєднання елітарного та масового у популярній музиці.

В українському контексті постмодерністські явища в музиці розглядали О. Грабовський, М. Соколівський та Г. Асталош, які аналізували сучасну композиційну практику та постмодерні акценти у творчості українських композиторів кінця XX ст., а також М. Ляпченко та І. П'ятницька-Позднякова, що досліджували семплінг, ремікси, цитування та реінтерпретацію як інструменти сучасної музичної комунікації.

Поряд із музикознавчими студіями, для розуміння професійного становлення музичного менеджера важливі праці у сфері музичного та культурного менеджменту. Серед зарубіжних авторів слід виділити дослідження австрійського економіста П. Чмука та британського дослідника Д. Гесмондхалга, які аналізують поєднання культурної та комерційної логіки у музичних індустріях, а також американську економістку А. Елберсе, яка досліджує брендинг і промоцію артистів. Українські вчені, такі як О. Чумак, І. Лук'янець та Т. Петрова, розглядають практичні аспекти управління культурними проєктами та музичними брендами. Такий міждисциплінарний підхід дозволяє поєднати історичне і постмодерне бачення музики з актуальними стратегіями професійного менеджменту.

Мета статті – виявити механізми інтеграції історичної української музичної традиції у сучасний постмодерний контекст та визначити роль музичного менеджера у формуванні нових комунікативних і творчих стратегій на основі цієї взаємодії.

Виклад основного матеріалу. Творча діяльність митця реалізується через безпосередню взаємодію з аудиторією – глядачем, слухачем, споживачем культурного продукту. Для організації гастролей, концертів, промоційних кампаній, співпраці з медіа та культурними інституціями необхідний фаховий менеджер, який не лише орієнтується у специфіці мистецьких жанрів, а й здатен ефективно інтегрувати їх у соціокультурний простір, забезпечуючи комунікацію між митцем і суспільством.

Як зазначає В. Степанчук “діяльність менеджера зумовлюється глибоким засвоєнням ним фундаментальних знань історії і теорії вітчизняної та за-

рубіжної культури, творчої спадщини видатних майстрів естрадного, театрального, музичного, образотворчого мистецтва, класиків кіномистецтва, народної творчості, пізнання теорії і практики артистичного менеджменту в сфері естради в країні і за кордоном. Професійна компетентність такого менеджера – це якісний рівень професійної діяльності, орієнтованої на соціально-значущий, культурно-творчий кінцевий результат (мети) і оптимальний процес його досягнення” [6].

У межах постмодерної культури творчість перетворюється на процес реінтерпретації: минуле не відкидається, а вбудовується у сучасний контекст через механізми семплінгу, цитування, запозичення тощо. Саме ці форми художньої взаємодії стали своєрідною мовою сучасної популярної музики, а для музичного менеджера – інструментом створення нової культурної вартості.

На думку дослідниці Т. Кулагі, “постмодерністична музична культура – це не лише співіснування різних автономних та самостійних видів, родів, жанрів мистецтва, що самоорганізуються в процесі розвитку історії культури за певними спільними для культури і специфічними для художньої культури законами. Це унікальний комунікативний діалог, у якому різні типи культур, стилів, традицій та форм музикальної діяльності на сучасному етапі інформатизації набувають нового ритму розвитку та еволюції” [4, 63].

У контексті постмодерної культури явища запозичення, цитування, компіляції, реміксу та реінтерпретації утворюють широкий спектр стратегій роботи з уже наявним культурним матеріалом. Запозичення у цьому контексті розглядається не як наслідування, а як активна інтерпретація чужого досвіду, що набуває нової функції в іншому жанровому або культурному середовищі. Цитування, своєю чергою, стає засобом діалогу між текстами – воно відображає постмодерне прагнення до міжтекстовості, до визнання множинності джерел і смислів. Реінтерпретація ж відкриває можливість переосмислення канону, повертаючи до життя елементи минулого через сучасну художню перспективу. Компіляція виступає формою творчого монтажу, де поєднання різномірних елементів – від класичних тем до фрагментів масової культури – створює нову художню цілісність. Вона відображає перехід від ідеї оригінальності до ідеї взаємодії, співіснування і взаємопроникнення культурних кодів. Ремікс, своєю чергою, не лише модифікує первинний матеріал, а й формує нову смислову площину, зберігаючи зв'язок із джерелом, але водночас переосмислюючи його. У сучасній українській музиці ремікси часто виконують роль не лише естетичної гри, а й комунікативного мосту між поколіннями слухачів, поєднуючи традиційне й інноваційне звучання. Семплінг посідає в цьому

ряду особливе місце, оскільки поєднує естетичну практику цитування з технологічними можливостями цифрової доби.

М. Ляпченко у статті “Семплінг” як культурний код: трансформація музичних смислів у цифрову добу на прикладі Gotye та Doechii наголошує, що “за допомоги семплінгу поєднання двох та більше звукових матеріалів спонукає слухача взяти участь у міжкультурному діалозі, який може наблизити слухача до історії чи сенсу оригіналу” [5, 135].

Американський філософ Д. Іхде так пояснює явище семплінгу: “коли музичний фрагмент виокремлюється зі свого оригінального контексту в нову композицію, він неминуче набуває нового сенсу. Але, як і з літературним цитуванням, відлуння джерела залишається присутнім та реінтерпре-

тується з новою творчою метою. Коли автор використовує помітний, впізнаваний семпл, музичні елементи оригіналу чітко підкреслюють свою присутність та оригінальну ідею, носіями якої вони є. І навпаки, семпл маловідомої композиції чи сильно модифікований семпл впізнаваної композиції може принести абсолютно нові сенси з лише помітним референсом до оригінальної ідеї. Слова та жанр нової композиції надалі виділяють або реінтерпретують оригінальний задум, перетворюючи, до прикладу, меланхолійні чи романтичні сенси на іронічні чи агресивні. Цей процес дозволяє семплінгу виконувати різні культурні функції” [8, 188].

Розуміння концепцій запозичення, цитування та реінтерпретації є важливим для музичних менеджерів. Детальний опис цих практик подано у таблиці 1.

Таблиця 1

№	Назва	Пояснення
1	<i>Розширення творчих можливостей</i>	використання існуючих матеріалів для створення нових творів відкриває нові горизонти для артистів
2	<i>Адаптація до цифрової культури</i>	уміння працювати з реміксами та семплами відповідає сучасним тенденціям у музиці та медіа.
3	<i>Підвищення комунікації з аудиторією</i>	ці практики дозволяють створювати контент, що резонує з різними поколіннями слухачів, забезпечуючи глибший зв'язок з ними.

Сучасний слухач – активний інтерпретатор, який не просто споживає музику, а взаємодіє з нею через соцмережі, ремікси, фан-відео, переробки контенту. Така партисипативна культура (participatory culture) створює новий тип взаємодії між митцем, менеджером і публікою. Вона заснована на спільному конструюванні сенсів – коли музика стає матеріалом для гри, цитування чи іронії. За висловлюванням британських науковців А. Бегра, К. Негуса та Дж. Стріта “еволюційний процес музики на основі семплів може пролити світло на динамічну взаємодію між поколіннями, і це підкреслює важливість культурного зв'язку та інновацій у мінливому звуковому ландшафті сучасної музики” [7].

Поєднання національної музичної традиції з європейськими та світовими музичними впливами дозволяє створювати унікальні жанрові продукти. Сучасні приклади, як-от Go_A, ONUKA, Jerry Heil, Alyona Alyona демонструють, що такі поєднання можуть стати не лише художньою інновацією, а й конкурентною перевагою артиста, що активно використовується музичними менеджерами у стратегічному плануванні та комунікації з аудиторією.

Постмодерний менеджер повинен уміти працювати з цими механізмами. Він перетворює культурний продукт на відкритий текст, який допускає численні інтерпретації та ремікси. Наприклад, стратегія просування гурту Go_A після “Євробачення” була побудована саме на принципі мультимедійності: поєднання фольклору, електроніки,

кіберестетики та національної символіки. Менеджерський підхід у цьому випадку не обмежувався створенням пісні як комерційного продукту, а формував цілісний образ – від візуальної айдентики до сценічної поведінки [9].

Схожі тенденції спостерігаються і в діяльності таких артистів, як Alyona Alyona, Kalush Orchestra, Jerry Heil чи ONUKA, де менеджмент будується на принципах іронічної гри з ідентичністю, поєднання елітарного й масового та цитування культурних архетипів. Наприклад, образ Alyona Alyona свідомо порушує стереотипи про реп-культуру, вводячи у неї українську мову, соціальний контекст і самоіронію. Менеджерська команда перетворює цю “антигламурність” на комунікаційний ресурс, формуючи довіру та пізнаваність серед аудиторії.

Виступ Jerry Heil та Alyona Alyona на Євробаченні 2024 року є показовим прикладом постмодерного поєднання елітарної та масової культури, синтетизму та реінтерпретації культурних кодів. Композиція “Teresa & Maria” поєднує сакральні алюзії з сучасними формами попкультури – електронним продакшеном, репом і візуальними елементами, що апелюють до TikTok-естетики. Цей виступ є своєрідною симуляцією духовного досвіду, поданою через комерціалізований медіаформат – типовий прийом постмодернізму. Він одночасно іронічний і щирий, масовий і концептуальний, що дозволяє різним аудиторіям зчитувати різні рівні змісту [10].

З точки зору музичного менеджменту, кейс “*Teresa & Maria*” демонструє: ефективну роботу з багаторівневою символікою, яка відкриває можливість для глобальної ідентифікації української культури; стратегію культурного брендингу, де український національний код представлений не через пряме цитування фольклору, а через його переосмислення у глобальному форматі; баланс між автентичністю та медійністю – ключовий виклик постмодерного менеджера; партисипативний потенціал – аудиторія активно включається в обговорення змісту, створення реакцій, інтерпретацій, що підсилює вірусність контенту.

У постмодерному культурному просторі музичний менеджер постає не лише організатором чи промоутером, а радше режисером сприйняття. Його роль полягає у формуванні багатопланових сенсів – через поєднання змістових, візуальних і емоційних елементів, що взаємодіють у єдиній комунікативній системі. Такий менеджер працює з наративами, здатними водночас викликати гру, іронію й глибоке переживання; він проєктує простір, де серйозне переплітається з ігровим, а автентичне – із симульованим.

Сучасна стратегія музичного менеджменту орієнтована не лише на споживання контенту, а на створення досвіду співучасті, адже слухач у добу цифрової культури прагне не просто слухати, а бути частиною процесу творення смислів.

Детально розглядаючи роль музичного менеджера у вітчизняній музичній індустрії, О. Хижна, О. Бордюк та Р. Шпіца звертають увагу на його різні функції, складники управління мистецьким проєктом (продуктом) та їхнє змістове наповнення. Також автори зауважують, що саме якість управлінських процесів визначає не тільки професійне зростання артиста, а й загальний стан та поступ музичної культури. Ефективна співпраця між менеджером і виконавцем становить основу успішної творчої діяльності. Як в Україні, так і в інших країнах, ця професія постійно розвивається та трансформується відповідно до нових викликів і тенденцій сучасної культурної сфери [7].

Таким чином, комунікаційна діяльність менеджера у постмодерну епоху набуває рис інтертекстуальної практики, у якій кожен жест – від концепції альбому до короткого відео у TikTok – стає елементом складної гри з культурними кодами. Менеджер не лише популяризує музику, а формує динамічне медіаполе, де відбувається безперервне взаємне переосмислення між артистом, публікою та культурним контекстом.

Висновки. Постмодернізм у музиці відкрив нові можливості для творчої комунікації, поєднавши, здавалося б, протилежні культурні явища – елітарне та масове, традиційне й інноваційне, локальне та глобальне. Його ключові риси – інтертекстуальність, іронія, цитування, симуляція, змішування

жанрів і культурних кодів – визначають сучасний вигляд музичної індустрії.

Для музичного менеджера розуміння постмодерних прийомів у сучасній українській музиці є ключовим інструментом професійної діяльності. Відтак, менеджеру потрібно: аналізувати культурний код та історичний контекст матеріалу – розуміти, які народні або класичні мотиви використовуються, як вони впливають на сприйняття аудиторії, і які смисли передаються через семплінг, ремікси або реінтерпретації; координувати юридичні аспекти – забезпечувати легальне використання авторських матеріалів, контролювати ліцензії на семпли, ремікси та кавери, щоб уникнути конфліктів з правовласниками; створювати стратегії просування та брендингу – вибудовувати маркетингові кампанії з урахуванням поєднання елітарної та масової музики, підбирати оптимальні цифрові платформи (YouTube, Spotify, Apple music), інтегрувати постмодерні прийоми у промоційні матеріали; розвивати аудиторію та комунікацію – пояснювати слухачам культурний та історичний контекст творів, підкреслювати інноваційність і творчий потенціал реміксів, семплів та жанрових експериментів, формуючи лояльне та зацікавлене співтовариство; планувати кросжанрові проєкти – організовувати концерти, фестивалі або онлайн-проєкти, де поєднуються різні музичні традиції, створюючи новий культурний продукт, який одночасно зберігає історичну цінність і має сучасну привабливість.

Українська музика останніх років демонструє, що постмодерністські прийоми стають ефективним інструментом міжнародної комунікації. Звернення до фольклору, поєднання його з електронними й поп-елементами (як у творчості Jerry Heil, Alyona Alyona, Go_A) дозволяє створювати конкурентоспроможний культурний продукт, який зберігає національну ідентичність і водночас відповідає глобальним трендам.

Звернення до історичного досвіду, історії української музичної культури стає ресурсом для інновацій, а не лише основою для цитування. Менеджер, який розуміє глибинні витоки музичних циклів та створювати нові смислові конфігурації, що резонують і з локальною, і з глобальною аудиторією. Таким чином, сучасний музичний менеджмент у постмодерну добу – це не просто система просування, а практика культурного посередництва, у якій поєднуються історія, інновація та мистецька інтуїція, формуючи нову модель комунікації між мистецтвом і суспільством.

ЛІТЕРАТУРА

1. Асталош Г., Соколовський Ю. Постмодерністські акценти у творах українських композиторів кінця XX століття. *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimen-*

sionala, Lumen Publishing House. 2023. №15 (2). С. 324–341. URL: <https://doi.org/10.18662/rrem/15.2/736>

2. Верещагіна О., Холодкова Л. Історія української музики ХХ століття: навчальний посібник. Київ: Освіта України, 2010, 280 с.

3. Корній Л., Сютя Б. Історія української музичної культури : підручник для студентів вищих навчальних закладів І До 100-річчя Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського. Київ: НМАУ ім. П.І. Чайковського, 2011. 736 с.

4. Кулага Т. Сучасна музика як цивілізаційний феномен постмодерну. Педагогіка мистецтва для культурного зростання особистості впродовж життя: матер. Міжнар. Наук.-практ. Конф. (Мелітополь, 08–10 листопада 2018 р.). Мелітополь : Однорог Т.В., 2018. С. 60–64.

5. Ляпченко М. Семплінг як культурний код: трансформація музичних смислів у цифрову добу. *Art and Philosophy of the New Generation*. 2025. № 2. С. 134–141.

6. Степанчук В. Менеджмент естрадної діяльності: міжнародні виклики та співпраця: кваліфікаційна наукова робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 028 “Менеджмент соціокультурної діяльності”. Київ, 2022. 89 с.

7. Хижна О., Бордюк О., Шпіца Р. Роль музичного менеджера у творчому становленні сучасного українського артиста. *Молодь і ринок*. 2025. № 2(234). С. 27–33.

8. Behr A., Negus K., Street J. Континуум семплування: музична естетика та етика в епоху цифрового виробництва. *Journal of Cultural Research*, 2017, 21(3), С. 223–240.

9. Ihde D. *Listening and Voice: Phenomenologies of Sound*. 2nd ed. SUNY Press, 2007. 276 с.

10. Why Eurovision is Ukraine’s soft power secret weapon. Atlantic Council. URL: https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/why-eurovision-is-ukraines-soft-power-secret-weapon/?utm_source

11. Alyona Alyona & Jerry Heil – Eurovision 2024 Participant Page. Eurovision.tv. URL: https://eurovision.tv/participant/alyona-alyona-and-jerry-heil-2024?utm_source

REFERENCES

1. Astalosh, H. & Sokolovskyi, Yu. (2023). Postmodernistski aktsenty u tvorakh ukrainskykh kompozytoriv kintsia XX stolittia [Postmodern accents in the works of Ukrainian composers of the late 20th century]. *Revista Romaneasca*

Pentru Educatie Multidimensionala. Vol. 15(2), pp. 324–341. DOI: <https://doi.org/10.18662/rrem/15.2/736> [in Ukrainian].

2. Vereshchahina, O. & Kholodkova, L. (2010). *Istoriia ukrainskoi muzyky XX stolittia* [History of Ukrainian music of the 20th century]. Osvita Ukrainy. Kyiv, 280 p. [in Ukrainian].

3. Komii, L., Siuta, B. (2011). *Istoriia ukrainskoi muzychnoi kultury* [History of Ukrainian musical culture]. NMAU im. P.I. Chaikovskoho. Kyiv, 736 p. [in Ukrainian].

4. Kulaha, T. (2018). Suchasna muzyka yak tsyvilizatsiinyi fenomen postmodernu [Contemporary music as a civilizational phenomenon of postmodernity]. In *Pedagogics of art for lifelong cultural development: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference* (pp. 60–64). Melitopol. [in Ukrainian].

5. Liapchenko, M. (2025). Semplinh yak kulturnyi kod: transformatsiia muzychnykh smysliv u tsyfrovu dobu [Sampling as a cultural code: Transformation of musical meanings in the digital age]. *Art and Philosophy of the New Generation*, Vol. 2, pp.134–141. [in Ukrainian].

6. Stepanchuk, V. (2022). Menedzhment estradnoi diialnosti: mizhnarodni vyklyky ta spivpratsia [Management of stage activity: International challenges and cooperation]. *Master’s qualification thesis*. Kyiv, 89 p. [in Ukrainian].

7. Khyzhna, O., Bordiuk, O. & Shpitsa, R. (2025). Rol muzychnoho menedzhera u tvorchomu stanovleni suchasnoho ukrainskoho artysta [The role of a music manager in the creative development of a modern Ukrainian artist]. *Youth & market*, Vol. 2(234), pp. 27–33. [in Ukrainian].

8. Behr, A., Negus, K. & Street, J. (2017). The sampling continuum: Musical aesthetics and ethics in the age of digital production. *Journal of Cultural Research*, Vol. 21(3), pp. 223–240. [in English].

9. Ihde, D. (2007). *Listening and voice: Phenomenologies of sound* (2nd ed.). SUNY Press. [in English].

10. Atlantic Council. (n.d.). Why Eurovision is Ukraine’s soft power secret weapon. Available at: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/why-eurovision-is-ukraines-soft-power-secret-weapon/> [in English].

11. Eurovision.tv. (2024). Alyona Alyona & Jerry Heil – Eurovision 2024 participant page. Available at: <https://eurovision.tv/participant/alyona-alyona-and-jerry-heil-2024> [in English].

Стаття надійшла до редакції 25.11.2025



“Власне розуміння доброчесності і вад – найголовніше. Якщо цього розуміння немає, усе стає хистким”.

Цицерон
давньоримський філософ та літератор

“Наше призначення не в тому, щоб намагатися ясно розгледіти те, що віддалене від нас і приховано в тумані, але в тому, щоб працювати над тим, що у нас під рукою”.

Томас Карлейль
британський письменник, філософ

