

УДК 7.075+7.079:184.6 «1990»

**Цитування:**

Подунай Я. А. Продюсерські агенції та музичні фестивалі як чинники стильового оновлення української естрадної пісні 1990-х років. *Мистецтвознавчі записки* : зб. наук. пр. 2023. Вип. 44. С. 149–154.

*Подунай Яна Артурівна,*  
аспірантка Національної академії керівних  
кадрів культури і мистецтв  
<https://orcid.org/0000-0001-8797-7612>  
[yanapodunay89@gmail.com](mailto:yanapodunay89@gmail.com)

Podunay Ya. (2023). Production Agencies and Music Festivals as Factors of Stylistic Renewal of Ukrainian Pop Songs of the 1990s. *Mystetstvoznavchi zapysky: zb. nauk. pr.*, 44, 149–154 [in Ukrainian].

## ПРОДЮСЕРСЬКІ АГЕНЦІЇ ТА МУЗИЧНІ ФЕСТИВАЛІ ЯК ЧИННИКИ СТИЛЬОВОГО ОНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕСТРАДНОЇ ПІСНІ 1990-Х РОКІВ

**Мета роботи.** У дослідженні охарактеризовано діяльність продюсерських агенцій та музичних фестивалів як чинників стильового оновлення української естрадної пісні 1990-х років. **Методологія** дослідження полягає в застосуванні історико-культурного, системного та музично-аналітичного методів і підходів, які дозволили окреслити значення продюсерських агенцій та музичних фестивалів у формування звукового ландшафту української пісенної естради 1990-х років. **Наукова новизна** роботи полягає в тому, що вперше було охарактеризовано діяльність продюсерських агенцій та музичних фестивалів як чинників стилетворення української пісенної естради 1990-х років. **Висновки.** У 1990-х роках відбувається переорієнтація української естрадної музики з радянської до західної організаційної моделі, у якій важливу роль відіграють продюсерські агенції, а фестивальний рух отримує яскраво виражену промоційну функцію. Популярна музика при підтримці продюсерських агенцій та фестивального руху у цей період стає важливим чинником українізації суспільства завдяки актуальному у стильовому відношенні україномовному пісенному контенту. Найбільш органічним поєднання промоційно-комерційного та націєтворчо-просвітницького компонентів було в діяльності продюсерської агенції «Територія А» та фестивалі «Червона рута». Завдяки західній організаційній моделі та україноцентричному підходу україномовна естрадна пісня 1990-х років була представлена усіма музичними напрямками (поп-музика, рок, реп, фолк, бардівська пісня) та відзначалася стильовим плюралізмом, який відповідав актуальним трендам світової популярної музики і одночасно враховував традиції української пісенної естради минулих років.

**Ключові слова:** популярна музика, українська естрадна пісня 1990-х років, продюсерська агенція «Територія А», фестиваль популярної музики «Червона рута», музичний стиль.

*Podunay Yana, Postgraduate Student, Department of Vocal Art, National Academy of Culture and Arts Management*

**Production Agencies and Music Festivals as Factors of Stylistic Renewal of Ukrainian Pop Songs of the 1990s**

**The purpose of the research.** The study characterises the activities of production agencies and music festivals as factors in the stylistic renewal of Ukrainian pop songs in the 1990s. **The research methodology** consists in the use of historical-cultural, systemic, and musical-analytical methods and approaches, which made it possible to determine the importance of production agencies and music festivals in the formation of the soundscape of the Ukrainian pop music in the 1990s. **The scientific novelty** of the work lies in the fact that for the first time the activities of production agencies and music festivals were characterised as factors in the formation of the style of Ukrainian pop music in the 1990s. **Conclusions.** In the 1990s, there was a reorientation of Ukrainian pop music from the Soviet to the Western organisational model, in which production agencies played an important role, and the festival movement received a pronounced promotional function. Popular music, with the support of production agencies and the festival movement, during this period becomes an important factor in the Ukrainisation of society thanks to stylistically relevant Ukrainian-language song content. The most organic combination of promotional-commercial and national-educational components was in the activities of the production agency “Territory A” and the festival “Red Rue”. Thanks to the Western

organisational model and the Ukrainian-centric approach, the Ukrainian-language pop song of the 1990s was represented by all musical styles (pop music, rock, rap, folk, bard song) and was distinguished by stylistic pluralism, which responded to current trends in world popular music and at the same time took into account pop songs previous years.

**Keywords:** popular music, Ukrainian pop song of the 1990s, production agency “Territory A”, popular music festival “Red Rue”, musical style.

Актуальність теми дослідження. Для наукового осмислення історії української естради важливим є усвідомлення самотності кожного з етапів її розвитку. 1990-ті роки для української естрадної музики є значимими з двох причин, першою з яких є зародження українського шоу-бізнесу і відхід від радянської моделі розвитку популярної музики, другою – стрімкий розвиток україномовної естради, яка орієнтується на актуальні музичні стилі. Перебудова організаційної моделі розвитку естрадної музики була непростю, вона подекуди супроводжувалася зниженням художнього рівня пісенних творів; також давали ознаки й складна фінансова ситуація в країні. Тому популярну музику 1990-х років часто оцінюють як напівпрофесійну та художньо недосконалу, і певною мірою це відповідає дійсності. Однак саме цей перехідний етап став надзвичайно важливим для української пісенної естради, бо він заклав підвалини її розвитку на майбутні десятиліття – і в інституційному, і в музично-стильовому. Вагому роль у розвитку української популярної пісні зіграли продюсерські агенції та фестивалі, які підтримкою і промоцією творчості молодих виконавців доклали багато зусиль для формування нового звукового ландшафту української естради у найбільш несприятливий період її розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Українська пісенна естрада 1990-х років не була предметом спеціального розгляду науковців, хоча в дисертаційних дослідженнях О. Бойка [1], У. Конвалюк [2], М. Мозгового [3], Т. Самаї [5], О. Шевченко [7], які вивчали історичний розвиток української естради, 1990-ті роки також стають складовою наукової рефлексії. В цих роботах українська естрадна пісня 1990-х років осмислюється з історичної дистанції: автори відмічають комерціалізацію естради, вказують на її жанрове та стильове розмаїття, відзначають позитивні та негативні тенденції у її розвитку. Окремо виділимо антології української естради О. Сапожнік [6] та М. Поплавського [4], які вийшли на початку 2000-х років. Специфіка цих книг полягає в тому, що в них музична естрада 1990-х років представлена як сучасний етап її розвитку, а

тому для авторів більш важливим було презентувати максимальну кількість актуальних виконавців, ніж осмислити ті чи інші тенденції її розвитку. Усі зазначені роботи лише частково дають уявлення про музичну естраду 1990-х років як цілісне явище або через узагальненість викладу без деталізації, або інформативну насиченість без узагальнень, особливо щодо музичного стилю. Також у більшості випадків науковці зосереджують увагу на виконавцях або авторах музики й текстів, питання продюсування або фестивального руху в них висвітлено значно менше. Найбільш інформативною щодо цих аспектів є робота О. Сапожнік [6], де є спеціальні, хоча й невеликі розділи, присвячені музичним фестивалям та продюсерським агенціям. Таким чином констатуємо, що сьогодні питання значення продюсерських центрів та музичних фестивалів у стилетворенні української пісенної естради у 1990-х роках не було предметом спеціального дослідження.

Мета статті полягає у характеристиці продюсерських агенцій та музичних фестивалів як чинників стильового оновлення української естрадної пісні 1990-х років.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні важко уявити естрадних виконавців, які б не мали продюсерів, що займаються стратегічним плануванням їх творчості. Продюсування – серцевина музичного шоу-бізнесу, і успішність того чи іншого проєкту залежить значною мірою від продюсера, який його розвиває. Зародження інституції продюсування розпочалося після отримання Україною незалежності, коли відбувався перехід від радянської моделі функціонування естради до західної. Безумовно, спочатку продюсування носило стихійний характер і було скоріше любительським, ніж професійним, однак саме в 1990-ті роки формуються підвалини українського шоу-бізнесу та інституції продюсування.

Продюсер у шоу-бізнесі є людиною, що займається творчою стратегією розвитку музичного проєкту з позиції його виведення на найвищі шаблі популярності та монетизації його творчості. Проте продюсування передбачає не лише комерційну складову

музичного продукту, а й інші, зокрема комунікативну, ідеологічну, ідентифікаційну, просвітницьку, виховну та ін., особливо коли йдеться про некомерційні музичні напрями. Але навіть суто комерційні проекти повинні враховувати культурну відповідність своєї творчості, інакше навіть ретельно прорахована комерційна модель може дати збій.

Естрадна музика 1990-х років у своєму розвитку мала враховувати два аспекти – національно-орієнтований та комерційний. Перший передбачав активний розвиток україномовної естрадної пісні, другий – комерціалізацію естради, яка розпочалася ще у 1980-х роках, у часи радянської перебудови. Зазначимо, що далеко не всі артисти і продюсери усвідомили значення першого аспекту, і в 1990-х роках в Україні виникає багато російськомовних поп-проектів, які намагалися копіювати популярних у ці роки російських артистів. Однак у таких випадках поставав не лише вторинний, а двічі вторинний продукт, оскільки російські проекти також не були оригінальними по відношенню до світових, хоча з точки зору комерції вони були вельми успішними, оскільки орієнтувалися на актуальні музичні стилі 1990-х років. Стильового оновлення зазнала й україномовна естрадна пісня, яка розвивалася паралельно з російськомовною, але була національно маркованою. Проте для розвитку української естради важливим було розвивати україномовний контент, а тому ми зосередимося на діяльності найбільш національно орієнтованої продюсерської агенції 1990-х років – «Території А».

Значення «Території А» для розвитку української естради важко переоцінити, оскільки саме завдяки їй україномовна естрадна пісня у 1990-х роках активно розвивалася, поступово заповнюючи музичний простір України новим, актуальним, сучасним, передусім у стильовому відношенні, музичним продуктом. Продюсерським центром «Територія А» стала у 1996 році, а до того у 1995 році на каналі ICTV почав виходити щоденний хіт-парад кліпів українських виконавців, який миттєво отримав всеукраїнську популярність, а кількість місць постійно збільшувалася – з 5 до 10, а пізніше до 20. Наприкінці 1990-х років до щоденного формату додався щотижневий (40 позицій) та щосезонний (100 позицій). Відзначимо й той факт, що цей хіт-парад став підвалинами українського музичного телебачення, запровадивши в Україні апробовані у всьому світі форми. Однак, перш за все, варто

наголосити на важливій соціокультурній функції «Територія А» – націтворючо-просвітницькій, оскільки завдяки україномовному контенту йшла лагідна українізація суспільства, передусім молоді. Для цього співзасновники хіт-параду – Анжеліка Рудницька та Олександр Бригинець – не лише підтримували українських артистів, а стимулювали їх писати пісні українською мовою. Так, наприклад, усі учасники хіт-параду мали чекати своєї черги, однак україномовні пісні потрапляли на екран позачергово. На жаль, хіт-парад «Територія А» на каналі ICTV існував усього п'ять років – з 1995 по 2000 рік. У 2005 році було здійснено спробу його відновлення на Першому національному каналі, але повноцінного повернення так і не відбулося, оскільки на той момент в Україні вже було доволі розвинене українське музичне телебачення з україномовним контентом.

У 1996 році було засновано продюсерську агенцію «Територія А», що стала логічним продовженням телевізійного проекту у промоції нової української естрадної музики. Продюсерська агенція пропонувала артистам, що брали участь у хіт-параді, контракти, які давали путівку на велику сцену молодим виконавцям. При цьому виконавці не мали жодних обмежень щодо музичного стилю, завдяки чому українська естрада 1990-х років відзначалася надзвичайним стильовим розмаїттям.

Розглянемо напрями естрадної музики та стильові орієнтири артистів, творчість яких була представлена у хіт-параді «Територія А». Серед рок-виконавців відзначимо гурти «Актус», «Брати Гадюкіни», «Друга ріка», «Океан Ельзи», «Табула Раса», «Green Grey», Сестричку Віку (Вікторію Врадій), які репрезентують різні напрями рок-музики – від інді-рока і панку до поп-року. Репкор на українській естраді 1990-х років представляли гурти «Тартак» та «Танок на майдані Конго» («ТНМК»), реп – гурт «Вхід у змінному взутті» («ВУЗВ»). Проте найбільша кількість музикантів були виконавцями поп-музики. До представників «чистої» поп-музики можна віднести Ірину Білик, Юрка Юрченка, Ольгу Юнакову, Оксану Хожай, Наталю Могилевську, Віктора Павліка, гурти «Іграшки», «Чотири королі» та ін. Відзначимо, що їхня музика, окреслена як «поп», є вельми різноманітною, оскільки ці виконавці у своїй творчості орієнтувалися на усе розмаїття актуальних музичних стилів. Також у хіт-парадах «Території А» брали участь

представники традиційної естради, зокрема Оксана Білозір, Павло Зібров, які культивували стиль естрадної музики, що був актуальним у попередні роки. До традиційної естради тяжіла й частина молодих виконавців, серед яких назвемо Олександра Пономарьова, який орієнтувався на її ліричну лінію, однак із врахуванням актуального музичного саунду. Гурти «Аква Віта», «Ван-Гог», «Фантом 2» репрезентували танцювальний напрям у розмаїтті його стилів (поп, євроденс).

Особливу увагу «Територія А» приділяла танцювальній музиці, створивши окремий проєкт – Всеукраїнський телевізійний фестиваль танцювальної музики «Територія ДАНС», що виходив на телеканалі «Студія “1+1”» з 1996 року. Якщо говорити про танцювальну музику, то вона у радянські часи посідала другорядне місце, оскільки не могла повною мірою виконувати ідеологічну функцію, яка накладалася на естраду у СРСР. Тому в 1990-х роках активно розвивається танцювальна музика, яку вже ніхто не звинувачував у безідейності. Для «Території А» було важливо просувати саме танцювальний музичний контент у всьому його розмаїтті. Окрім телевізійного фестивалю, агенцією з 1996 по 1999 роки було випущено п'ять альбомів (у касетному форматі) «Територія ДАНС», в яких було зібрано найбільш популярні треки українських артистів, що так чи інакше репрезентували танцювальний музичний напрям в рамках однойменного телевізійного фестивалю танцювальної музики.

Відзначимо, що укладачі збірок виважено підійшли до їх змісту. По-перше, більшість композицій є україномовними, що свідчить про свідому підтримку україномовного контенту. По-друге, послідовність розташування треків та їх стильові орієнтири, де танцювальні композиції чергуються з ліричними, говорить про вміння укладачів створювати альбоми із врахуванням слухачького сприйняття. Так, наприклад, у третьому випуску альбому «Територія ДАНС», його друга половина розпочинається танцювальним треком Юрка Юрченка «Намалой», який поєднує риси денсової музики з елементами альтернативи у дусі «Dereche Mode», збірку продовжує балада у стилі соул «Повільна» у виконанні Марини Одольської, яка контрастує попередній пісні. Наступною композицією є «Зорі» від гурту «The Вйо», яка спирається на стиль реггі. Після неї звучить пісня «Маленька красуня» у виконанні гурту «Формула води», що працює у

стилі поп з посиленням компонентом електроніки, який апелює до стилю євроденс, хоча ця композиція не є євроденсовою. Отже, серія магнітних альбомів «Територія ДАНС» репрезентує низку актуальних стилів танцювальної музики у виконанні українських артистів, які знайомлять слухачів із розмаїттям сучасної музики. Сьогодні імена більшості виконавців, що представлені в цих альбомах, мало або взагалі не відомі українському слухачеві, однак їхня творчість у 1990-х роки формувала звуковий ландшафт популярної музики з його стильовим плюралізмом, що стало можливим завдяки підтримці та промоції продюсерській агенції «Територія А», які давали можливість молодим артистам експериментувати.

Фестивальний рух у 1990-ті роки також відзначався подвійністю функцій – промоційною та націєтворчо-просвітницькою. У 1990-х роки виникає багато фестивалів, низка яких була орієнтована на один напрям музики (наприклад, рок-фестивалі «Рок-н-рол Таврійський», «Нівроку». «Тарас Бульба» «Рок-екзистенція» та ін.), інші були багатопрофільними і поєднували різні напрями популярної музики.

Серед фестивалів, що формували нові музичні тренди української естради, безумовним лідером стала «Червона рута». Він був вперше проведений у 1989 році у Чернівцях, але його ідеї і діяльність живили всю українську естраду у період 1990-х років. На відміну від інших фестивалів популярної музики, таких як «Таврійські ігри», він був орієнтований на розвиток україномовного музичного контенту, що було надзвичайно актуальним у 1990-х роках. На «Червоній руті» не можна було побачити світових зірок поп- та рок-музики, з іншого боку, на них не могли й виступати російські зірки, які сприймали українських слухачів як частину своєї базової аудиторії. Передісторію та основні завдання «Червоної рути» детально розкрито у дисертації О. Бойка [1, с. 122–131], тому ми лише нагадаємо, що його метою було створення популярної україномовної пісні, яка була б цікавою молоді, оскільки орієнтувалася на сучасні світові тренди. Умовою участі на «Червоній руті» стало виконання пісень українською мовою, а ось у стильовому відношенні не було жодних обмежень. На першому фестивалі було заявлено три номінації: поп-музика, рок-музика та авторська пісня (співана поезія). У подальшому їх перелік було збільшено: так, у 1993 році на фестивалі, що проходив у

Донецьку, успіх гурту «Турбо-Техно-Саунд» показав необхідність введення ще однієї номінації – танцювальної музики, яку було введено у 1995 році на наступному фестивалі. Нині конкурсна програма «Червоної рути» має шість номінацій, які відповідають різним музичним напрямам: український автентичний фольклор, популярна музика, танцювальна музика, акустична музика, експериментальна музика, рок-музика.

Підкреслимо особливу місію фестивалю «Червона рута» у промоції україномовного пісенного контенту. Другий фестиваль проходив у 1991 році у Запоріжжі, але в планах його організаторів було повернення до Чернівців. Однак ідея лагідної українізації суспільства перемогла, і наступні фестивалі проводилися у східних або південних українських регіонах: у 1993 році – в Донецьку, у 1995 – у Сімферополі та Севастополі, у 1997 – в Харкові, у 1999 – в Дніпропетровську. Завдяки цьому багато українських виконавців через бажання взяти участь у фестивалі почали виконувати україномовний репертуар. «Червона рута» мала й промоційну функцію: його переможцям організатори надавали можливість гастролей, що давало поштовх для подальшого творчого росту.

У діяльності продюсерської агенції «Територія А» та фестивалю «Червона рута» є багато спільного: вони органічно поєднували промоційно-комерційну та націєтворчо-просвітницьку функції, розширюючи горизонти української естрадної пісні, в тому числі стильові, та підтримуючи молодих артистів – на телебаченні («Територія А») та концертній діяльності («Червона рута»). Також період 1990-х років був найбільш плідним у їх діяльності, після чого «Територія А» припинила свої існування як телепроект, а «Червона рута» втратила функції лідера у пошуку та промоції нових естрадних зірок.

Відзначимо й відмінні риси у діяльності продюсерської агенції «Територія А» та фестивалю «Червона рута». «Територія А» хоча й просувала україномовний контент, але не відкидала й виконавців з російськомовними чи англомовними піснями, тоді як учасники «Червоної рути» повинні були виконувати свої твори виключно українською мовою. Більш толерантна мовна політика була пов'язана з телевізійним форматом функціонування «Території А», який мав враховувати смаки більш широкої аудиторії.

І «Територія А», і «Червона рута» не обмежували артистів у їх стильових

орієнтирах, також розвиток обох інституцій засвідчив близькість їх підходів до низки музичних напрямів, що виявилось зокрема в активній підтримці танцювальної музики. Однак вони мали при цьому свої жанрові та стильові пріоритети. Так, «Червона рута» активно підтримувала авторську пісню (співану поезію), навіть, констатуючи її занепад, організатори трансформували цю номінацію в акустичну музику. У хіт-параді «Територія А» цей напрям практично не представлений, хоча у його музичних програмах брали участь і сестри Тельнюк, творчість яких орієнтувалася на бардівські традиції, і виконавиця сучасних романсів Ірина Сказіна. Такий стан речей можна пояснити і комерційною спрямованістю хіт-параду «Територія А», і загальним занепадом співаної поезії, виконавці якої переходили до інших напрямів музики, як от Марія Бурмака, яка на першій «Червоній руті» стала отримала друге місце серед співців, а у 2000-х роках переорієнтувалася на поп-рок.

У хіт-параді «Територія А» також мало представлена фольклорна лінія, яка постійно підтримувалася організаторами «Червоної рути». Так, харківська «Червона рута» 1997 року подарувала глядачам Катю Chilly, а дніпропетровська 1999 року – співачку Росаву, які у своїй творчості поєднували український фольклор з електронікою та іншими напрямками популярної музики. Пізніше, у 2011 році, до номінацій «Червоної рути» було введено український автентичний фольклор, тим самим акцентуючи важливість фольклорного чинника для розвитку української популярної музики. Фольклорна лінія у «Територія А» була вираженою значно слабше, хоча пізніше, у 2017 році, мистецька агенція «Територія А» виступила організатором фестивалю «ЕтноЗима у Михайлівському», а у 2020 році разом з Ансамблем класичної музики імені Б. Лятошинського – концерту «Територія Різдва», де прозвучали українські колядки та щедрівки.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше було охарактеризовано діяльність продюсерських агенцій та музичних фестивалів як чинників стилетворення української пісенної естради 1990-х років.

Висновки. У 1990-х роках відбувається переорієнтація української естрадної музики з радянської до західної організаційної моделі, у якій важливу роль відіграють продюсерські агенції, а фестивальний рух отримує яскраво виражену промоційну функцію. Популярна

музика при підтримці продюсерських агенції та фестивального руху у цей період стає важливим чинником українізації суспільства завдяки актуальному у стильовому відношенні україномовному пісенному контенту. Найбільш органічним поєднання промоційно-комерційного та націєтворчо-просвітницького компонентів було в діяльності продюсерської агенції «Територія А» та фестивалі «Червона рута». Завдяки західній організаційній моделі та україноцентричному підходу україномовна естрадна пісня 1990-х років була представлена усіма музичними напрямками (поп-музика, рок, реп, фолк, бардівська пісня) та відзначалася стильовим плюралізмом, який відповідав актуальним трендам світової популярної музики і одночасно враховував традиції української пісенної естради минулих років.

### Література

1. Бойко О. М. Українська масова музика: етапи розвитку, національні особливості: дис. ... канд. мистецтвознавства: 17.00.03. Київ, 2017. 215 с.
2. Конвалюк У. В. Персонологічний дискурс вокального мистецтва української естради 70-х років ХХ – початку ХХІ століть: дис. ... канд. мистецтвознавства: 26.00.01. Івано-Франківськ, 2020. 320 с.
3. Мозговий М. П. Становлення і тенденції розвитку української естрадної пісні: дис. ... канд. мистецтвознавства: 17.00.01. Київ, 2007. 175 с.
4. Поплавський М. М. Антологія сучасної української естради. Київ: Преса України, 2004. 416 с.
5. Самая Т. В. Вокальне мистецтво естради як чинник культурного життя України другої половини ХХ – початку ХХІ століття: дис. ... канд. мистецтвознавства: 26.00.01. Київ, 2017. 199 с.
6. Сапожник О. В. Антологія української популярної естрадної музики: навч. посіб. Київ: ДАКККіМ, 2003. Ч. 2. 152 с.
7. Шевченко О. Г. Українська популярна музика: витоки та проблематика (1920–1990 рр.): дис. ... канд. мистецтвознавства: 26.00.01. Київ, 2010. 170 с.

### References

1. Boiko, O. M. (2017). Ukrainian mass music: stages of development, national characteristics. Candidate's thesis. Kyiv: M. Rylsky Institute for Art Studies, Folklore and Ethnology [in Ukrainian].
2. Konvaliuk, U. V. (2020). Personological discourse of the vocal art of the Ukrainian variety in the 70s of the 20th – beginning of the 21st centuries. Candidate's thesis. Ivano-Frankivsk: Vasyl Stefanyk Precarpathian National University [in Ukrainian].
3. Mozhovyi, M. P. (2007). Formation and tendencies of development of the Ukrainian variety songs. Candidate's thesis. Kyiv: Kyiv National University of Culture and Arts [in Ukrainian].
4. Poplavskyi, M. M. (2004). Anthology of modern Ukrainian pop music. Kyiv: Presa Ukrainy [in Ukrainian].
5. Samaia, T. V. (2017). The variety vocal art as a factor in the cultural life of Ukraine in the second half of the 20th – beginning of the 21st century. Candidate's thesis. Kyiv: National Academy of Culture and Arts Management [in Ukrainian].
6. Sapozhnik, O. V. (2003). Anthology of Ukrainian popular pop music. Kyiv: DAKKKiM, Part 2 [in Ukrainian].
7. Shevchenko, O. H. (2010). Ukrainian popular music: sources and perspectives (from 1920s to 1990s)]. Candidate's thesis. Kyiv: Kyiv National University of Culture and Arts [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 06.10.2023  
Отримано після доопрацювання 08.11.2023  
Прийнято до друку 15.11.2023*