

УДК 316.73

Цитування:

Жаворонков М. М. Мистецтво ілюзіонізму в контексті сучасних тенденцій розвитку креативних індустрій України. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*: наук. журнал. 2023. № 4. С. 32–37.

Жаворонков Марк Михайлович,
аспірант Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
<https://orcid.org/0000-0003-3470-3153>
dkr3121.mzhavoronkov@dakkim.edu.ua

Zhavoronkov M. (2023). The Art of Illusionism in the Context of Current Trends in the Development of Creative Industries of Ukraine. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 4, 32–37 [in English].

МИСТЕЦТВО ІЛЮЗІОНІЗМУ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ УКРАЇНИ

Мета роботи – дослідити мистецтво ілюзіонізму в контексті сучасних тенденцій розвитку креативних індустрій в Україні. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні аналітичного та емпіричного методів дослідження у вивченні функціонування мистецтва ілюзіонізму як складової частини креативних індустрій, що дає можливість експлікувати перспективи соціокультурного та міжкультурного розвитку. **Наукова новизна** дослідження полягає в систематизації вивчення мистецтва ілюзіонізму як однієї з актуальних форм культурно-мистецької діяльності та практики, котра входить до сценічного та перформативного сектору креативних індустрій. **Висновки.** Мистецтво ілюзіонізму є доволі специфічним видом театралізованого видовища та елементом масової культури, що зазвичай постає у формі розважального заходу, що здатен активно впливати на емоції і відчуття людини, ретранслюючи певні культурні цінності. Крізь призму видовищності мистецтво ілюзіонізму спроможне репрезентувати контекст соціокультурного простору, слугуючи інструментом міжкультурної комунікації. На сучасному етапі в межах нарощування динаміки розвитку креативних індустрій мистецтво ілюзіонізму активно інкорпорує у свою сферу інструментарій івент-менеджменту, мистецькі прийоми і засоби сценічно-перформативних практик, що в підсумку формують загальну систему індустрії розваг.

Ключові слова: ілюзіонізм, креативні індустрії, мистецтво, культура, соціум.

Zhavoronkov Mark, Postgraduate Student, National Academy of Culture and Arts Management

The Art of Illusionism in the Context of Current Trends in the Development of Creative Industries of Ukraine

The purpose of the work is to investigate the art of illusionism in the context of modern trends in the development of creative industries of Ukraine. **The research methodology** consists in the application of analytical and empirical research methods to study the functioning of illusionism as a component of creative industries, which makes it possible to explain the prospects of socio-cultural and intercultural development. **The scientific novelty** of the study consists in the systematisation of the study of the art of illusionism as one of the relevant forms of cultural and artistic activity and practice, which is part of the stage and performative sector of creative industries. **Conclusions.** The art of illusionism is a rather specific type of theatrical spectacle and an element of mass culture, which usually appears in the form of an entertainment event, capable of actively influencing human emotions and feelings, retransmitting certain cultural values. Through the prism of spectacle, the art of illusionism is able to represent the context of socio-cultural space, serving as a tool of intercultural communication. At the current stage, within the framework of increasing the dynamics of the development of creative industries, the art of illusionism actively incorporates into its sphere the tools of event management, artistic techniques and means of stage-performance practices, which ultimately form the general system of the entertainment industry.

Keywords: illusionism, creative industries, art, culture, society.

Актуальність теми дослідження. Креативні індустрії є динамічним сектором розвитку культури й мистецтва сучасності, у межах якого феномен ілюзіонізму є перспективним видом креативного мистецтва. У формі

видовищно-розважального контенту ця культурно-мистецька діяльність має досить ефективні можливості створення цікавого і якісного культурного продукту в межах індустрії розваг та відпочинку. Досліджуючи

мистецтво ілюзіонізму, ми можемо виокремити його як частину сценічного й перформативного сектору креативних індустрій, спрямовану на розвиток сфери розваг, відпочинку, задоволення й дозвілля людини, разом з тим, відкриваючи нові можливості в розвитку соціокультурного простору, економічної діяльності.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання розвитку креативних індустрій в просторі сучасної України досліджено в працях таких науковців, як О. Щерба, С. Щеглюк, О. Кравченко, О. Пожарська, Т. Галахова, Х. Плезан, Л. Чмут, К. Ушкаренко, П. Ситник. Теоретичні засади цих досліджень дали змогу здійснити аналіз розвитку креативних індустрій України, що надає можливості у подальшому вивченні мистецтва ілюзіонізму як перспективного напряму видовищно-розважальної культури.

Мета роботи – дослідити мистецтво ілюзіонізму в контексті сучасних тенденцій розвитку креативних індустрій в Україні.

Виклад основного матеріалу. Ілюзіонізм належить до таких видів виконавського мистецтва, що презентує основну виставу / постановку у формі театралізованого видовища, що підкріплюється використанням спритності рук, трюків або спеціальної апаратури для створення ілюзії порушення звичних фізичних властивостей добре відомих предметів. Генетично та історично ілюзіонізм є частиною синкретичних форм культури, що вбирає в себе низку фольклорних традицій, взірців художньої творчості та ін. На сьогодні ілюзіонізм є невід'ємною складовою культуро-мистецької діяльності, що належить до масових розважальних форм культури у формі масового заходу, який, як правило, проводять публічно, задовольняючи культурно-естетичні потреби та інтереси публіки/глядачів [9, 194]. Сучасні тенденції розвитку мистецтва ілюзіонізму розглядаються як продукт культури, котрий є здатним створювати нові форми в індустрії розваг, доповнюючи існуючу систему культурних та креативних індустрій [5, 24].

Розглядаючи мистецтво ілюзіонізму, зауважимо на його особливостях і відмінностях від інших видів сценічно-розважального жанру, зокрема на його синтетичності. Так, зокрема, як форма театралізованого видовища ілюзіонізм здатний адаптуватися під будь-які соціокультурні реалії, залежно від релігійного, політичного чи загальноцивілізаційного контексту функціонування та втілення. Така здатність є досить унікальною властивістю та засобом міжкультурної комунікації, на відміну

від інших видів «виконавських мистецтв», котрі мають чітку структурну схему (хореографія, дизайн, тощо). Своєю чергою, мистецтво ілюзіонізму спроможне генерувати культурний продукт, прилаштовуючись до етнічної культурної специфіки, ментальності населення та публіки, але, в той же час, не втрачати власну культурну цінність [24, 15]. Одним із вдалих прикладів у цьому контексті є проведення міжнародних фестивалів фокусів, таких, як: Al Hosh в Абу-Дабі (Об'єднані Арабські Емірати), MGT в Лас-Вегасі (США) [10], де особливо стає помітна різниця різних культур і традицій суспільства, але, в той же час, мистецтво ілюзіонізму складає вагомий частку різноманітних івентів та заходів розважального характеру, що з кожним роком стають все популярнішими.

Мистецтво ілюзіонізму здатне вбирати в себе різноманітні форми культури / субкультури, котрі функціонують та є поширеними в сучасному соціокультурному просторі, значно трансформуючи і змінюючи, доповнюючи їх іншими видами мистецтва та технологій. Тож ілюзіонізм спроможний генерувати популярний і оригінальний культурний продукт загальнодоступного (масового) характеру, використовуючи сучасні форми та інструментарій творення. Такі мистецькі зразки ілюзіонізму ми можемо спостерігати у різноманітних інтернет та телевізійних шоу, інтерактивних радіопрограмах, окремих сюжетах у кіно та серіалах тощо. Так, зокрема, в цьому аспекті привертає увагу своєю діяльністю український проект блогерів-ілюзіоністів Magic 5, що за допомогою мережі YouTube створили власне інтерактивне шоу, в процесі якого потенційні і реальні глядачі можуть не тільки ознайомитись з мистецтвом ілюзії, але й «замовити» артистів на будь-який івент.

Розглядаючи мистецтво ілюзіонізму як складову сучасних креативних індустрій, в першу чергу, нам варто звернути увагу на стан й тенденції розвитку креативних індустрій в Україні як новітній напрям творення культурного продукту. Варто зазначити, що у 2018 році Верховною Радою України було на законодавчому рівні закріплено визначення «креативні індустрії», шляхом внесення змін до Закону України «Про культуру», що дає чітке розуміння формулювання цього феномену у сфері розвитку діяльності мистецтва й культури: «Креативні індустрії – це перелік видів економічної діяльності, що мають потенціал до створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке)

та/або креативне вираження, а їх продукти та послуги є наслідком індивідуальної творчості, навичок і таланту» [16].

Зауважимо, що саме у 2018 в Міністерстві культури України було створено Директорат креативних індустрій, метою діяльності якого стало створення кращих умов для збереження культури і втілення її в продукт творчих, креативних змістів. Розподіл та утворення секторів розвитку культурно-мистецької діяльності, до якого входять різні види мистецтв, є таким:

- візуальне мистецтво (живопис, графіка, мозаїка, естамп, інсталяція, плакат, літографія, муралізм, стритарт, лендарт, скульптура, фотографія, паблікарт);

- аудіальне мистецтво (жива / відтворена музика, саундарт, радіо, аудіоподкаст);

- аудіовізуальне мистецтво (кіно, телебачення, реклама, відеоарт, дигіталарт, нові медіа, відеоігри, віджеїнг);

- дизайн (інтер'єрів, прикладний, графічний, ландшафтний, саунддизайн, мода, архітектура);

- сценічне та перформативне мистецтво (театр, балет, танець, цирк, карнавал, музичні вистави (мюзикл, опера), перформанс);

- культурна спадщина (бібліотеки, музейна справа, архіви, ремесла, матеріальна та нематеріальна культурна спадщина);

- література та видавнича справа (книги, періодика, журнали, друковані ЗМІ, літературні фестивалі);

- івент-менеджмент (фестивалі та заходи, культурні та креативні простори, креативне підприємництво, інновації) [16].

Зазначена класифікація секторів культури й мистецтва визначає механізм розвитку будь-якої креативної діяльності та індивідуальної творчості, перетворюючи її в цілісний культурний продукт, послугу, що містить сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством, трансформуючи їх в комерціалізацію творів художнього характеру [22].

Перспективність та стан розвитку креативних індустрій України характеризується як досить новий шлях у формуванні процесу динаміки в системі розвитку культури й мистецтва сьогодення, а основна активність зосереджується на «експортній стратегії», що має на меті трансформацію нашої держави в умовну фабрику або виробництво товарів та послуг культурно-мистецького характеру, починаючи від дизайну – і до сценічно-перформативного мистецтва. Вивчення та впровадження

зарубіжного досвіду у цій сфері, а також орієнтування на закордонного глядача допомагає створювати умови за для розвитку креативного підприємництва, контролювати якість культурно-мистецького продукту.

Разом із тим шляхи і динаміка розвитку креативних індустрій в Україні має низку проблемних питань та суперечностей внутрішнього характеру. Сучасні стратегії міжкультурного співробітництва включають в себе оптимальні методи та правила формування культурного продукту, які будуть зрозумілими та актуальними лише для споживачів Європейського Союзу, Сполучених Штатів Америки та інших країн світу, орієнтуючись на механізми формування і функціонування світової масової культури, де головним завданням є спрямованість на уніфікацію етнічних культур, традицій та звичаїв в єдине соціокультурне утворення з орієнтиром на ідеали, поведінки та смаки сучасної людини, сформовані індустрією розваг та задоволення: кіно, телесеріали, музика, шоу та ін.

Вагоме значення у функціонуванні сектору креативних індустрій має івент-менеджмент як один з важливих напрямів розвитку культури й мистецтва сучасності. Івент-менеджмент включає комплекс дій щодо планування та здійснення різних заходів культурного, мистецького характеру, головною метою яких є перетворення будь-якої культурно-мистецької діяльності в збалансований та стійкий продукт, розважального характеру, як-от: фестиваль, виставка, корпоративна вечірка, концерт тощо. [15, 65]. Унікальністю івент-менеджменту є здатність охоплювати усі сектори креативних індустрій (візуальні, аудіо, дизайн, література, перформативні мистецтва та ін.) та перетворювати їх в контент для масового споживача. Одним з базових процесів організації івентів є також й івент-маркетинг як допоміжний інструмент в просуванні конкретного продукту, творчості та популяризації його серед широких мас. У такому форматі інструменти івент-менеджменту мають враховувати механізми арт-ринку та ринку послуг, розваг і відпочинку. Це два головних поліфункціональних регулятори попиту та пропозицій на різноманітні культурно-мистецькі продукти, товари, послуги.

Якщо артринок – це регулятор візуального, літературного, аудіального мистецтва, дизайну й культурної спадщини [14, 59], то ринок послуг розваг і відпочинку – це регулятор аудіовізуального, аудіального, сценічно-перформативного мистецтва, функціонують

виключно в сфері розваг та дозвілля [4, 166]. Відповідно до цього івент-менеджмент формує середовище культурної комунікації, взаємодії, міжкультурного обміну культурними продуктами й творчістю. Торкаючись саме внутрішнього ринку послуг культури й розваг, зауважимо на його специфіці функціонування в соціокультурному просторі України. Значною мірою, це сформований механізм послуг та продукції розважального характеру, котрий опосередковується сценічно-перформативними формами мистецтва, зокрема концертної діяльності, шоу-програм, транслюючи певні ідеї та цінності у суспільстві [2, 96].

Ринок послуг розваг і відпочинку в Україні перебуває на стадії формування з доволі не контрольованим механізмом суспільних запитів та споживання, але, в той же час, відкритим соціокультурним інструментом інтелектуального й духовного розвитку населення. В даному випадку завдяки відкритій можливості приватного підприємництва у сфері видовищно-театралізованої діяльності, контент розважального характеру є доступним елементом дозвілля для будь-якої аудиторії [20, 129].

Торкаючись мистецтва ілюзіонізму, зауважимо на тому, що цей вид мистецтва є доволі специфічним видом видовищної діяльності, котрий за своїми характеристиками винятковості і «посвяченості» входив до елітарного мистецтва [13, 184], але завдяки трансформаційним процесам сучасного світу, новітнім технологіям, цей вид театралізованої діяльності повноцінно зміг стати невід'ємною частиною масової культури, доповнюючи загальну систему індустрії розваг та розвитку сценічно-перформативного сектору креативних індустрій.

У поєднанні з івент-менеджментом ілюзіонізм займає доволі важливе місце серед розважального контенту як один з головних видів видовищно-театралізованого мистецтва, котрий є популярним та трендовим. До прикладу, фахівців івент-менеджменту та артистів-ілюзіоністів компанії Golden Light, що сукупно формують єдиний механізм пропозицій на культурному ринку [20], зокрема—пропонуючи різноманітні послуги фокусників-ілюзіоністів, де замовник може обрати артиста і його шоу з урахуванням простору, типу заходу, гендерної різноманітності, світогляду та ін. Головним завданням компанії Concert.ua [3] є створення умов для митців та артистів сценічно-перформативного мистецтва. На сайті зазначеної агенції можна побачити пропозиції

організації та проведення концертних шоу за участі українських фокусників, ілюзіоністів для будь-якої аудиторії, незалежно від вікової категорії. Пропонується динамічна шоу-програма, котра формується виключно на мистецтві ілюзіонізму, що сприяє його популяризації на масовому рівні.

Також в Україні є івент-компанії, спрямовані на закордонну партнерську діяльність, як-от агенція Karabas, один з головних амбасадорів різноманітних заходів й фестивалів в Україні [12]. Так завдяки їх організаторським зусиллям в 2018 році Україні в рамках світового турне було представлено виставу фокусників з країн Азії, Америки.

В означеному ракурсі дослідження також варто назвати україно-литовську івент-компанію Rising Stars [11], котра займається працевлаштуванням ілюзіоністів, зокрема з України, а також створенням різноманітних заходів, проведенням концертної діяльності й фестивалів в країнах Азії, Сполучених Штатів Америки, та Близького Сходу (Катар, Об'єднані Арабські Емірати та ін.). З початком повномасштабної війни росії в Україні у 2022 році ця компанія підтримала Україну, переказавши на допомогу 13% з кожного шоу.

Окрім цього, також інші компанії в Україні подібного спрямування, а також окремі артисти ілюзійного жанру проводять благодійні виступи, збираючи кошти на допомогу бійцям ЗСУ, допомагають дітям та дорослим, котрі постраждали від війни [7], провадять рекламну діяльність для привернення уваги—країн-партнерів України, показуючи усю трагедію українського народу [22].

Наукова новизна дослідження полягає в систематизації вивчення мистецтва ілюзіонізму як однієї з актуальних форм культурно-мистецької діяльності та практики, котра входить до сценічного та перформативного сектору креативних індустрій.

Висновки. Мистецтво ілюзіонізму є сучасним і креативним видом видовищно-театралізованої діяльності, що може якісно конкурувати з іншими видами креативних індустрій та мистецтв, формуючи розважальний контент. Завдяки своїй специфіці належить до масової культури як форма розважальних заходів, що є складовою культурних програм для публічного представлення в межах культурно-дозвіллевих практик. На рівні міжкультурної комунікації мистецтво ілюзіонізму є конкурентоспроможним видом креативних індустрій та актуальною формою індивідуальної творчості, що має цілком привабливі перспективи розвитку.

Література

1. Бакуліна Н. М., Фалович В. А. Розвиток креативних індустрій в Україні: аналіз і оцінка. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2019. Вип. 24. С. 24–32.
2. Бондаренко С. М., Герасименко К. М. Аналіз тенденцій розвитку ринку розваг та відпочинку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 48. С. 94–98.
3. Королі магії рятують Новий рік. URL: <https://concert.ua/uk/events/koroli-magiyi> (дата звернення: 05.09.2023).
4. Іванечко Н. Р. Становлення ринку послуг дозвілля в Україні: аналіз категорійного апарату. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2011. Вип. 1. С. 164–167.
5. Кириченко К. О. Синтез мистецтв у культурі постмодерну: комунікативний аспект: кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр» / Міністерство освіти і науки України; Херсонський держ. ун-т, ф-т культури і мистецтв, кафедра культурології. Херсон : ХДУ, 2020. 74 с.
6. Кравченко О. В. Креативні індустрії в Україні: між міфами конс'юмеризму та утопією традиціоналізму. *Традиційна культура в умовах глобалізації: збереження автентичності та розвиток креативних індустрій*: матер. наук.-практ. конф. (22–23 червня 2018 р.). Харків : Друкарня «Мадрид», 2018. С. 208–213.
7. Концертна діяльність: допомога дітям. URL: <https://provce.ck.ua/vidomi-iliuzionisty-zdiysnyly-mriiu-khlopchyka-z-kaneva-batko-iakoho-zahynuv-na-fronti/> (дата звернення: 07.09.2023).
8. Львова І. С. Циркова режисюра та шоу-бізнес у полі розважальної галузі. Роль PR у просуванні циркового шоу. *АРТ-платФОРМА*. 2021. Вип. 3. С. 85–106.
9. Меднікова Г. С. Соціально-культурологічні аспекти перформативного мистецтва. *Культурологічний альманах*. 2022. Вип. 4. С. 194–200.
10. Міжнародний фестиваль: «MGTM». URL: <https://www.belenzon.com/talent/international-festival-magic/> (дата звернення: 06.09.2023).
11. Міжнародна івент-компанія «Rising Stars» URL: <https://www.risingstars.com.ua> (дата звернення: 06.09.2023).
12. Концертне шоу фокусників в рамках міжнародного турне. URL: https://24tv.ua/kyivnews/vpershe_vsesvitno_vidomi_ilyuzionisti_divuvatimut_u_krayintsiv_svoyim_shou_n923842/amp (дата звернення: 30.09.2023).
13. Пожарська О. Ю. Синтез масового та елітарного у цирковому мистецтві. *Наука і техніка сьогодні: пріоритетні напрями розвитку України та Польщі*: матер. Міжнар. мультимедіа. конф. (Воломін, Польща, 19–20 жовтня 2018 р.) / Університет міжнар. та регіонального співробітництва імені Зигмунта Глогера. Воломін, 2018. С. 182–185.
14. Павліченко Н. В. Сучасний український арт-ринок: проблеми і рішення. *Магістеріум. Культурологія*. 2015. Вип. 59. С. 57–61.
15. Поліщук Л. О. Актуальні тренди івент-менеджменту в умовах сталого розвитку. *Бренд-менеджмент: маркетингові технології*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.). Київ : КНТЕУ, 2021. С. 64–67.
16. Про культуру : Закон України від 19.06.2018 № 2458-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n2> (дата звернення: 02.09.2023).
17. Understanding Creative. Industries Cultural statistics for public-policy making. URL: http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf (дата звернення: 30.09.2023).
18. Совгира Т. І. До питання цифрової трансформації сучасних перформативних практик. *Традиції та європейська інтеграція*: матер. Всеукр. науково-педог. конф. (Київ, 21 квітня 2023 р.). Київ : КНУКІМ, 2023. С. 362–365.
19. Устьян О. І. Тенденції розвитку сфери розваг і відпочинку України. *Мережевий бізнес: становлення, проблеми*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (27 квітня 2017 р.). Полтава : ПУЕТ, 2017. С. 127–130.
20. Агенція свята «Golden Light». URL: <https://led-show.com/focus/> (дата звернення: 01.09.2023).
21. Magicians Without Borders. Our third trip to Ukraine was a hit! URL: <https://www.magicianswithoutborders.com/2023/09/30/our-third-trip-to-ukraine-was-a-hit/> (дата звернення: 05.09.2023).
22. «Сила стійкості»: VI Міжнародний форум "Креативна Україна" (07–08 грудня 2022 р.). URL: <https://creativeukraine.org.ua/> (дата звернення: 30.09.2023).
23. Журнал Forbes Ukraine: «Magic 5». URL: <https://forbes.ua/ru/tags/magic-five> (дата звернення: 27.10.2023).
24. Logan J. B. The Magic Behind Success: What Can Business Leaders Learn from Magicians Regarding Creativity and Communication : manual. В.: Studies, 2016. 111 p.

References

1. Bakulina, N. M., Falovych, V. A. (2019). Development of creative industries in Ukraine: analysis and assessment. *Regional aspects of the development of productive forces of Ukraine*, 24, 24–32 [in Ukrainian].
2. Bondarenko, S. M., Herasymenko, K. M. (2020). Analysis of trends in the development of the entertainment and recreation market. *Market infrastructure*, 48, 94–98 [in Ukrainian].
3. Kings of magic save the New Year. Retrieved from: <https://concert.ua/uk/event/shou-ilyuzionistiv-ukrainy> [in Ukrainian].
4. Ivanechko, N. R. (2011). Development of the leisure services market in Ukraine: analysis of the category apparatus. *Problems of the systemic approach in economics*, 1, 164–167 [in Ukrainian].
5. Kyrychenko, K. O. (2020). Synthesis of arts in postmodern culture: communicative facet: Qualifying

work for obtaining the degree of higher education "bachelor". Kherson: HDU [in Ukrainian].

6. Kravchenko, V. O. (2018). Creative industries in Ukraine: between the myths of consumerism and the utopia of traditionalism. Kharkiv: «Printing house Madrid» [in Ukrainian].

7. Concert activity: helping children. Retrieved from: <https://provce.ck.ua/vidomi-iliuzionisty-zdiysnyly-mriiu-khlopchyka-z-kaneva-batko-iakoho-zahynuv-na-fronti/> [in Ukrainian].

8. Lvova, I. S. (2021). Circus directing and show business in the field of entertainment. The role of PR in promoting a circus show. ART-Platform KMAECM, 3, 85–106 [in Ukrainian].

9. Miednikova, G. S. (2022). Socio-cultural aspects of performative art. Cultural almanac, 4, 194–200 [in Ukrainian].

10. International Festival: "MGTM". Retrieved from: <https://www.belenzon.com/talent/international-festival-magic/> [in Ukrainian].

11. International event company: "Rising Stars" URL: <https://www.risingstars.com.ua> [in Ukrainian].

12. News channel "24": concert show of magicians as part of an international tour. Retrieved from: https://24tv.ua/kyivnews/vpershe_vsesvitno_vidomi_il_yuzionisti_divuvatimut_ukrayintsiv_svoyim_shou_n923842/amp [in Ukrainian].

13. Pozharska, O. Yu. (2018). Synthesis of mass and elitist in circus art. Volomin: Zygmunt Gloger International University and regional cooperation, 182–185 [in Ukrainian].

14. Pavlichenko, N. V. (2015). Modern Ukrainian art market: problems and solutions. Magisterium. Culturology, 59, 57–61 [in Ukrainian].

15. Polishchuk, L. O. (2021). Current trends in event management in conditions of sustainable development. International scientific and practical

conference "Brand management: marketing technologies." Kyiv: "KNTEU", 64–67 [in Ukrainian].

16. On culture: Law of Ukraine dated 19 June 2018 No. 2458-VIII. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n2> [in Ukrainian].

17. Status of sectors: Creative development. Retrieved from: http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf [in Ukrainian].

18. Sovgyra, T. I. (2023). To the issue of digital transformation of modern performative practices. Traditions and European integration. Kyiv: KNUKIM, 362–365 [in Ukrainian].

19. Ustyan, O. I. (2017). Development trends of the sphere of entertainment and recreation of Ukraine. In: Network business: development, problems. Poltava: "PUET", 127–130 [in Ukrainian].

20. Holiday agency "Golden Light". Retrieved from: <https://led-show.com/focus/> [in Ukrainian].

21. Magicians Without Borders. Our third trip to Ukraine was a hit! Retrieved from: <https://www.magicianswithoutborders.com/2023/09/30/our-third-trip-to-ukraine-was-a-hit/> [in Ukrainian].

22. Forum of creative industries: Webinar from 7.12.2022. Retrieved from: <https://creativeukraine.org.ua/> [in Ukrainian].

23. Forbes Ukraine magazine: "Magic 5". Retrieved from: <https://forbes.ua/ru/tags/magic-five> [in Ukrainian].

24. Logan, J. B. (2016). The Magic Behind Success: What Can Business Leaders Learn from Magicians Regarding Creativity and Communication [in English].

Стаття надійшла до редакції 29.09.2023

Отримано після доопрацювання 01.11.2023

Прийнято до друку 08.11.2023