

Кітч під час війни: популяризація чи девальвація української культури

(оглядова довідка за матеріалами преси та інтернету 2022–2024 рр.)

З 24 лютого 2022 року, після початку повномасштабного російського вторгнення на територію України, в українському мистецтві розпочався активний процес маніфестації національної ідентичності. Звернення до патріотичної тематики, історичного минулого, возвеличення героїчних успіхів ЗСУ – ті образи, що просто не могли не з'явитися в сучасних обставинах. Втім, як зауважили експерти, дуже часто ці образи подані примітивно, банально, кітчево. Українцям, незалежно від мистецьких уподобань, було необхідне усвідомлення, що вони є частиною сильної, незламної нації, яка обов'язково перемає російську навалу. Потрібно було виплеснути емоції від спільно пережитого горя, справитися зі страхами та тривогами. Тому нова міфотворчість, проста та зрозуміла, позитивно відгукнулася нашому соціуму. Така творчість спротиву стала і терапією для виконавця, і способом підняти настрої чи бойовий дух глядачам. Вона перетворилася на маркер для розпізнавання «своїх» [1, 2]. Та після подолання початкового шоку від розв'язаної росією повномасштабної війни, роль кітчу в українській культурі воєнного часу все частіше ставиться під питання. Чи сприяє такий реакційний маскульт консолідації українського суспільства та усвідомленню самобутності української культури, чи навпаки – спричиняє розкол усередині країни та примітивізує і девальвує досягнення нашої культури?

Передусім варто означити саме поняття «кітч» (або ж «кіч»). «Енциклопедія сучасної України» дає таке визначення цього поняття: кітч (від нім. *kitsch* – вульгарність, несмак, халтура) – це стиль масової культури; культурна категорія, що характеризує смаки середнього класу; мистецькі об'єкти низького рівня. Саме поняття «кітч» зародилося у 2-й пол. XIX ст. у середовищі мюнхенських артдилерів. Його появу пов'язують із запровадженням індустріального виробництва, ростом торгівлі, урбанізацією, виникненням масової культури. Первісно цим терміном позначали дешеві, швидко створені, призначені для продажу предмети мистецтва, які наслідували мистецтво високого рівня. Предмети кітчу характеризуються наявністю шаблону, стереотипу, кліше, запозиченням найхарактерніших ознак і форм народного чи класичного мистецтва, еkleктичним поєднанням їхніх стильових характеристик, що втілюються у яскравій, модній формі. Художню образність, оригінальність, новизну форм чи сюжету, змісту, вишуканість підміняють

стереотипом, банальністю, тривіальністю, штампом. Кітч вульгарний (від лат. *vulgus* – народ, натовп) у тому сенсі, що зводить складну, недоступну культуру до такого рівня, де її може зрозуміти і перейняти посередня людина. За визначенням англійського філософа Р. Скрутона, «кітч – це фальшиве мистецтво, що виражає фальшиві емоції, чия мета – обманути споживача в думці, ніби він відчуває щось глибоке та серйозне». На думку американського арткритика К. Грінберга, кітч «механістичний та діє за формулами; це підмінний досвід та підроблені почуття. Кітч змінюється відповідно до стилю, але завжди залишається кітчем; він ніби не вимагає від своїх споживачів нічого, крім грошей, навіть часу». Однак кітч не є просто дешевою альтернативою елітарної культури, він приховує свою вторинність, ставлячись у баченні загалу замість елітарної культури.

Варто зазначити, що початково кітч не мав негативних конотацій. Та вже у 1-й пол. ХХ ст. виникло розуміння цього терміна як ворога високої культури (К. Грінберг), естетичної симуляції (Т. Адорно), етичного зла (Г. Брех). У цих теоретичних концепціях наявні відгомін страху, породжений розвитком тоталітарних режимів, та відображення небезпеки привласнення масового мистецтва цими режимами. Зрештою, недаремно Сталін, Гітлер, Муссоліні й інші диктатори були схильні до кітчу. Кітч – це ідеологія, стверджував Т. Адорно і представники Франкфуртської філософської школи, «ідеологія, яка має на меті обманювати людей». А за К. Грінбергом, кітч – це тоталітарне мистецтво, яке прагне стати «загальнонародним» і легко споживаним.

Новий етап в осмисленні кітчу пов'язаний із розвитком попкультури у 1960-ті рр. Зокрема американська письменниця і арткритикиня С. Зонтаг запропонувала інше розуміння кітчу, пов'язуючи його з чуттєвістю, що перетворює серйозне в легковажно-поверхове, розглянувши її в категоріях кемпу – специфічної любові до неприродного, вигадки й перебільшення. Також близькими до кітчу є твори постмодернізму, в яких присутні інтелектуальна гра, цитування, пародія, гротеск. Однак характерною відмінністю кітчу від постмодернізму є його нелюбов до іронії: кітч завжди серйозний щодо себе і його творець («кітчмен» за Г. Брехом) щиро вірить у те, що робить. Окремі дослідники вважають, що кітч як прояв відсутності смаку існував у мистецтві завжди. Елементи кітчу можуть проявлятися у будь-яких напрямках мистецтва тоді, коли митець, пристосовуючись до смаків покупців, знижує мистецький рівень твору для задоволення матеріальної користі [3, 4, 5, 6].

Чеський філософ Т. Кулка визначив три необхідні умови для кітчу:

- змалювання об'єктів або тем із високою емоційною зарядженістю;
- об'єкти чи теми постійні та ідентифікуються без зусиль;
- кітч суттєво не збагачує асоціації, пов'язані зі змальовуваними об'єктами або темами.

Ці базові характеристики кітчу – емоційність, впізнаваність й естетичну нейтральність – добре роз'яснює історик мистецтва Богдан Шумилович. Він зазначає, що від сприйняття кітчу мають виникати абсолютно базові емоції –

радість чи смуток. Здебільшого кітч тяжіє до веселощів, однак може апелювати і до пафосного суму. Друга характеристика – це впізнаваність. Кітч не любить заплутаностей, він не любить нічого зашифрованого. Все має бути максимально зрозумілим. І третя обов'язкова характеристика (тому, що емоційність та впізнаваність властиві також високомистецьким творам) – це те, що кітчева штука нічого не міняє. Як приклад дослідник наводить споглядання репродукції Богородиці – з вами при цьому нічого не відбувається, ви отримуєте базове задоволення: ви її впізнали, вам вона симпатична, але це ніяк не змінило вашого уявлення про світ, про реальність [3, 4].

«Кітч не йде вглиб, він розтікається по поверхні, – зазначає літературознавиця Тамара Гундорова. – Проблема полягає в тому, що сучасні люди й не хочуть знати глибини. Ця поверхня їм подобається, вона легша, комфортна, модна, не доводиться задумуватися про якісь складніші речі. І вона впізнавана – це дуже важливо: впізнаваність діє на тебе одразу, нібито сам так думав. Це теж відлучує від глибшого осмислення речей» [6]. Та все ж, на переконання Б. Шумиловича, незважаючи на смислову поверховість, переважно кітч є лікувальним, він має терапевтичну функцію: «Кітч дуже легко пояснює світ. Він каже: так або не так, чорне чи біле. Він знає, чим є щастя, а що несе долю. Кітчеві образи мають конкретне пояснення тої складної реальності, в якій ми живемо, – і людям насправді цього дуже треба. Відповідно, ті, хто сприймають кітч-конструкцію реальності, вони – нібито щасливі люди! В них – ніяких проблем. ... Усе просто, все визначено» [4].

Вочевидь ця прямота, простота й однозначність і спричинилися до широкої популярності кітчевих образів на початку російсько-української війни та при її переході в повномасштабну фазу. Напрочуд влучно тогочасну вагу кітчу розкриває ситуація, описана Олександром Михедом, письменником, літературознавцем і куратором мистецьких проєктів, який вступив до лав Збройних сил України: «На 13 місяці повномасштабної війни я, солдат, мав нести портрет Валерія Залужного. Людина, яка мені його передала, сказала: “Це такий стиль, такий яскравий мазок, який мало кому вдається, він пройшов верифікацію багатьох експертів”. А що солдат? Солдат бере й несе. Я іду по Києву з портретом Залужного. І він ще не висох, фарба свіжа, я спеціально розвертаю його таким чином, що я його несу, як ікону. Тоді, за 13 місяців від часу повномасштабного вторгнення, я відчув силу мистецтва – і добре було всім, хто зустрічав мене, як весільний коровай. Як людина з бекграундом я розумію, що це кітч. Але усвідомлюю також, що цей портрет із підписом Залужного продадуть, гроші підуть на потреби ЗСУ, а значить мистецтво працює. У мене навіть ніхто жодних перепусток не питає, настільки це потужна сила мистецтва і настільки абсурдна» [7].

В українському мистецтві воєнного часу кітч проявився у формах (нео)шароварщини і байрактарщини. Розглянемо ці прояви масової культури детальніше.

Позірно шароварщина (або ж шароварництво) нагадує національний кітч, коли на основі народної культури створюється набір фольк-кліше, які

легко монтуються до загального строкатого полотна світових культур. Вони яскраві і легко запам'ятовуються. Це набір стереотипів про культуру того чи іншого народу, орієнтований передусім на іноземців. Таке спрощення, узагальнення, призначене насамперед справити враження, а не передати суть. Національний кітч – звичне явище, що не становить загрози для культури, а навіть допомагає її промотувати. Однак особливість шароварщини в тому, що цей кітч колоніальний, він був нав'язаний українцям в умовах російської експансії і згодом почав сприйматися як власний. Колоніальний кітч – засіб пропаганди колонізатора, який допомагає йому контролювати культурну сферу колонізованого і тримати її в цивілізаційному «гетто», стримуючи розвій. Колонізатор прагне унеможливити розвиток потужної високої культури завойованого народу, бо слідом за культурою завше приходить усвідомлення потреби власної державності. Закріплення колоніального кітчу є вкрай небезпечним, адже при цьому відбувається самоколонізація. Як зауважила Т. Гундорова, «до певної міри самоколонізація – це наша залюбленість у шароварщину». Цим терміном позначають примітивізацію та умисне спотворення української народної культури. Її глибинний зміст і сенси нівелюються заміною окремих елементів цієї культури на яскраву обгортку, що вже втрачає точки дотику з автентичними традиціями. Зазвичай шароварщина репрезентує «українськість» через стереотипний образ традиційної культури, ігноруючи багатогранну та різноманітну історичну спадщину. Класичним набором тут є атласні шаровари і вишиванки, пластикові віночки, оселедець, гопак, застільні співи, горілка, сало, борщ, вареники тощо. Фактично банальна шароварщина – це боротьба проти українського, як слушно вважає історик і культурний менеджер Владислав Берковський. З'явившись як поняття у ХІХ ст., шароварщина закріпилася у кінематографі, театральному мистецтві та музичній культурі радянської України як репрезентація малоросійського, провінційного, низькокультурного типу українця. Проте з відновленням української державності шароварщина не зникла. Розвиток комерції у незалежній Україні не тільки продовжив існування цього феномена, а й розширив межі його вжитку (реклама, розважальні телепередачі, «мильні опери», етноресторації, сувенірна продукція тощо). Яскравими прикладами шароварщини можуть слугувати виступи Національного заслуженого академічного народного хору імені Григорія Верьовки чи Національного заслуженого академічного ансамблю імені Павла Вірського, які демонструють далеко не автентичні українські костюми, пісні й танці, концерти Михайла Поплавського чи Ірини Федишин, постановки «Кварталу-95», фільм «Сказане весілля» чи серіали на кшталт «Великих вуйок» і «Останнього москаля», де глядачам пропонують образи тупих хохлів і гуцулів [8, 9, 10, 11, 12, 13].

Прикро визнавати, проте російській метрополії у її різних втіленнях вдалося переконати багатьох українців у тому, що шароварщина і є їхньою справжньою культурою. «Перед світом українці лишилися з недовиробленим поняттям про себе, свої бажання і мету, – вважає публіцист Олександр Кизима (*Oleksander Kuzyma*). – “Якось буде”, – думали вони. За це “якось буде” вони

заплатили мільйонами смертей, окупацією і відчуженням від себе самих. Отут і з'являється на сцені кіч – замітник усього справжнього і повноцінного. Він створює ілюзію у, як то казали раніше, “широких народних мас” доброти всіляких штампованих утворів, що видавалися за мистецтво, думку, досягнення і не вимагали, знову ж таки, розумової праці. За кількасот літ під впливом зі сходу Україна неабияк здичавіла. Але в основі все-таки лежить наша ментальна лінь. Без неї ми не дали б себе ліпити як пластилін чужоземцям, а самі ліпили б себе. ... Підкорившись чужій владі, ми одразу відкинули себе назад і політично, і економічно, і культурно. Ми стали другосортним суспільством. Тільки окремі талановиті люди спромоглися бути на рівні часу. Але загалом як земля, як народ ми перетворилися на ринок вторинного продукту, ім'я якому – кіч. ... Ось таке пережоване, несвіже життя тривало й тривало, стаючи поступово “природнім”, обрізаючи почуття, сенси, мрії й виліплюючи образ Веркі Сердючки як еталонної представниці української нації. І ніхто вже не дивувався» [14]. «Та й навіщо робити щось нове, якщо можна взяти усталені примітивні образи й не напружуватися. Змінити обкладинку совкових сенсів на “патріотичні”, лишивши гнилу суть», – риторично запитує музична журналістка Лера Зданевич [11].

Усупереч здоровому глузду шароварщина найдужче квітне в часи доленосних для України історичних подій, коли наше суспільство гостро потребує опертя на власну ідентичність. Історикиня Дарина Міщенко вважає, що часом найбільшого застосування шароварщини є період з 1991 р.: «Коли ми поновили власну державність і хапали все українське “як повітря після задухи”, сформувався великий суспільний запит, закономірною відповіддю на нього стала штампована шароварщина. Причина очевидна – її довге нав'язування в тоталітарному СРСР, відсутність літератури, музеїв з освідченням цієї проблематики та, звісно, обмаль часу для пошуків справжньої ідентичності. Тому переходили, ринки і базари заповнила велика кількість дешевої беззмістовної продукції. З 2014 р. і зараз, під час поновлення бойових дій Росії проти України, оновився запит на все українське. Популяризація вишивки призвела до поширення шароварщини». Однак, якщо на початку незалежності попит на шароварщину ще можна було пояснити браком кадрів у сфері культури, то звернення до неї у 2014 і тим паче у 2022 році, на думку дослідниці, зрозуміти важко [15].

Здавалося б, після розпочатої росією війни і особливо після її переходу до повномасштабної агресії українці почали свідоміше ставитися до власної культури. Про неї почали говорити та пояснювати відмінності від нав'язаної колонізаторами спримітизованої форми. Зокрема у квітні 2023 року Центр протидії дезінформації випустив відеоролик про шароварщину та її шкоду для української культури [16]. Виникли численні подкасти та ютуб-канали, що працюють для поширення вірогідної інформації про нашу культурну спадщину та її особливості [17]. Та попри це, шароварщина міцно закріпилася у масовій свідомості. Симптоматичною можна вважати статтю Катерини Ткаченко «Україна – окупована шароварами територія», опубліковану в 2023 році. У ній

Йдеться про те, що для українців шароварщина стала однією з найпоширеніших форм репрезентації своєї етнічної ідентичності й чимало людей сьогодні саме так уявляють собі українськість. Гопак у масовій свідомості досі позиціонується як розвага «малоросів», а не бойовий танець, українські співи і танці радше асоціюються із ансамблями радянського розливу та їхніми наступниками, а не з колективами на подоби «Хореї Козацької» чи «Божичів», а народна обрядовість зводиться до застіль, а не пізнання суті тих чи інших традицій, а відтак і світогляду нашого народу. Дешевий шароварний продукт, спекулюючи на патріотичній темі, заповнив різні сфери нашого життя, продовжуючи поширювати хибне уявлення про українську культуру як у межах країни, так і за кордон [18].

Бачимо його у великій пропозиції однотипного псевдоетнічного одягу у вигляді калиново-маково-квіткових вишиванок. І це при тому, що національний спадок українців є напрочуд багатим і різноманітним: наші предки вишивали 250-ма різними швами та носили відмінні за кроєм і технікою вишиті сорочки, запаски, спідниці, горбатки, крайки, череси, жупани, сардаки, кептарі, чільця, хустки, намиста, коралі, гerdани тощо. Та, як зауважила етнографиня та дизайнерка Роксоляна Шимчук, «більшість регіонів далекі від розуміння українського етносу, української історії та традиції. Насправді це не їхня вина, тому, що це спадок советської імперії. Нам викорінювали бажання розуміти та знати ці речі. Нам викорінювали нашу самоідентичність» [19]. «Оцей несмак, шароварщина, кіч, носиться, бо часто це найдоступніше за вартістю. Ручна робота завжди була недешевою. Ще одна причина – якщо людина культурно багата і вона цінує свою культуру українську, вона ніколи не одягне ту сорочку, яка вишита чим і як попало, стрічками, тасьмою. Просто тому, що це несмак і не українське», – вважає Інна Тільнова, співзасновниця кропивницької Етнолабораторії «Баба Єлька». Зрештою, купуючи і носячи те, що не наше, ми втрачаємо ідентичність, те, що мало б бути нашою візуальною характеристикою [20].

Нині стрімко розвивається етномода, в сучасних майстрів можна придбати цікаві речі. Та, на жаль, є й такі дизайнери, які просто спекулюють на народних мотивах. «Якщо “ліплять” вишиття, аби було, то воно таке пусте і виходить, – каже Р. Шимчук. – А якщо дизайнер мінімально в темі, якщо людина тримала справжню сорочку, відчула енергетику, зрозуміла розкіш вишивки того чи іншого регіону, то це має неабияку цінність. Людина думає, що все, що вона вишиє, знайде покупцеві. Це можна порівняти з будинком без фундаменту. Будь-який зсув ґрунту його зруйнує. А якщо є розуміння етнографії, відчуття справжності, тоді ти маєш фундамент поколінь, на ньому будуєш красиве і вічне. Не все гарне те, що вишите. Кіч є в кожному виді мистецтва» [19]

У музиці шароварщину найчастіше приписують українським народним хорам й ансамблям, які досі працюють за інерцією совкової доби – майже той самий репертуар, ті ж аранжування, та ж подача. Вони пропагують поверхневу й сміховинну естетику, найчастіше апелюючи до образів козака в шароварах та

його подруги, які постійно з'ясовують стосунки під жартівливі пісні з діалогічною формою типу «А мій милий вареничків хоче». Їхній репертуар переважно складають легкі твори про куму, кума, сусідку, дівчиноньку й парубонька, ігноруючи при цьому пісенний народний спадок зі складним, глибоким змістом. І хоч подібні колективи уже не співають про Сталіна, вони продовжують нести радянську ідіоматику в музиці. Коли їх слухаєш, наче потрапляєш у капсулу часу і здається, що на дворі 70-ті. Через саме аранжування і підхід до нього народні хори ретранслюють типовий «совоукр», і це – в епоху декомунізації [21].

Однак на народних музичних колективах шароварщина не закінчується. У 1990–2000-х україномовну нішу попсцени почали завойовувати такі виконавці як Павло Зібров, Михайло Поплавський, Іво Бобул, Степан Гіга, Оксана Білозір тощо. Навіть коли ці артисти не використовували візуальний образ «вкраїнчиків у шароварах», він добре зчитувався у тому, про що вони співали: у калині, церкві і, звісно, у традиційній їжі – стартовому наборі стереотипного українця. Проте ця музика більше цікавила старше покоління і не мала великої популярності серед молоді – донедавна. З початком великої війни окремі кумири 90-х вирішили реанімувати свою творчість. Одним із перших гайптити на патріотичних образах почав М. Поплавський. У своїх соцмережах він став викладати відео, де разом з молодими студентками танцює під старі й майже забыті шлягери про сало і юного орла. Молодша аудиторія підхопила ролики, проте переважно обурюючись неприкритим сексизмом чи висміюючи таку подачу. Так гайп Поплавського перетворився на крінж (пекуче відчуття сорому та незручності, викликане поведінкою іншої людини, подією чи явищем). Крінжовий контент сьогодні має неабияку популярність серед молоді: це можливість для самоіронії, а також родюча земля для самоствердження, пояснює музичний експерт Олександр Варениця. Втім, ця сумнівна слава дала надію іншим зіркам української естради тих років на відродження популярності, і у них вийшло. Зокрема на початку повномасштабного вторгнення соцмережами розлетілася випущена 2001 року пісня С. Гіги «У райському саду (Яворина)», а на концертах співака масово почала з'являтися зовсім нова, молодша публіка [10].

Музичний редактор та продюсер Андрій Великий думає, що саме популярність «старожилів» української естради дала поштовх молодим виконавцям рухатися у напрямі поверхневих образів усього українського. Зокрема новонавернені представники української естради, які ще донедавна орієнтувалися на російський ринок, але після повномасштабного вторгнення росії масово перейшли на українську, у спробах усвідомити, якою має бути музика під час війни, часто-густо вдаються до впізнаваних шароварних або неошароварних образів, створюючи доволі примітивний, а іноді й дискримінативний контент. До прикладу, торік завірусився трек Юлії Луцинської «Гопак», який зібрав типові колоніальні стереотипи про українок: «Коси заплела, вишиванку одягла / Гарна українка я! Я танцюю гопака». Врешті, теза «українки – найгарніші жінки у світі, за кордоном немає таких

красивих», яку співачка проговорює як у пісні, так і в її описі, є класичним прикладом сексуалізації поневоленої культури, до якої традиційно вдається колонізатор згідно з концепцією основоположника постколоніальної теорії Е. Саїда. Якщо ж зважати на реалії, в Україні і до повномасштабного вторгнення був розвинений секс-туризм серед іноземців, а зараз, коли мільйони українських жінок стали біженками в Європі та часто опиняються самі в чужій країні, загроза потрапляння в ситуації сексуальної експлуатації лише зростає. Тож, як слушно наголошує журналістка Л. Зданевич, годі культивувати цей шкідливий міф про небачену красу українських жінок і робити їх «брендом». Бо наслідки не дуже втішні [10, 8, 11].

Ще один приклад шароварного неофітства – Світлана Лобода у річницю повномасштабного вторгнення росії в Україну презентувала відео на сингл «По-Українськи». У ньому співачка зображена на тлі гір, вдягнена у костюм з елементами фольклору, навколо неї танцюють дівчата у вишиванках та вінках. Неочікувано, але у пісні є слова «калина», «хати», «дух ніби гори», «гнів українських синів», «дух свободи» [22]. «Що ж виходить, коли ти музикант, якому дуже кортить доєднатися до загального патріотичного тренду, але твоє знання національної культури закінчується на піснях «Несе Галя воду» і віршах Шевченка? Правильно, натягнути сопілку на попсові аранжування, скопіювати текст зі слів “калина, Україна, батьківщина, сильні, незламні, дім, борщ, вишиванка, сало, гопак” і написати в пресрелізі, що це “патріотична пісня про те, що болить усім українцям”. Готово, тепер ви представник (нео)шароварщини, отримуйте свою сотню тисяч переглядів на ютубі й коментарі “какой же прекрасный украинский язык у песнях, спасибо вам за творчество, надеюсь, наши народы помирятся” чи “мурахи по всьому тілу, дякую за цей трек”», – висновує Л. Зданевич [11].

Варто зазначити, що подібна експлуатація традиційних українських символів викликає гостру критику культурних менеджерів, музичних оглядачів та професійних артистів. Показовим проявом невдоволення стало висловлювання співачки Юлії Юріної про «скурвлення української культури» із закликом «не паскудити та не відвертати людей від всього традиційного» у відповідь на вихід пісні «Гопак» [23]. Та попри критику представники музичної шароварщини збирають велику аудиторію. О. Варениця вважає, що ці музиканти обирають для себе найпростіший шлях: «Меншою мірою це відповідь на попит пропозицією. Хтось “чистить карму”, інші просто не вміють інакше. Треті у такий спосіб залишаються на плаву, оптимізуючи витрати на якість відео та саунду. Бо робити якісно і змістовно – це довго, дорого і складно. А в суті самої нешароварної хвилі закладена маркетингова маніпуляція “неважливо, як зроблено – головне, що наше”» [10].

Окремо слід згадати, що своєю довговічністю шароварна музика завдячує і державній підтримці. Усі роки незалежності без неї не обходилися офіційні святкування, включно з Днем Незалежності України. А її виконавців відзначали численними державними нагородами. «У нас є Шевченківська премія, але єдиний не «шароварний», не «калиновий» музичний гурт, який

отримував цю премію – це «ДахаБраха». І Вів'єн Морт колись номінувалась. А премій для більш незалежної музики у нас немає абсолютно», – звертає увагу музичний журналіст Максим Чухліб [24].

Типовий українець у гумористичних проєктах досі переважно шароварний. Популярними також залишаються стереотипні комедійні штампи за регіональними ознаками (щоправда, війна внесла свої корективи і до шаблонних «східняків» і «західняків» додалися українці на тимчасово окупованих територіях, внутрішньо переміщені особи, люди, котрі зараз формують нову мовну ідентичність тощо). На одинадцятому році війни українці продовжують застосовувати до себе гумор, первісно покликаний не просто зневажати нас, але послідовно заступати і приховувати нашу самопрезентацію. Зокрема письменник і перекладач, засновник та автор ютуб-каналу «Твоя підпільна гуманітарка» Остап Українець слушно зауважив, що гумор “Кварталу–95” і “Дизель шоу” значною мірою, якщо не переважно, є продовженням російського імперіалізму та культурної експансії: «“Квартал” і “Дизель” не роблять поправку на свою публіку і на те, як сильно змінилося суспільство. Власне тому, що їхній гумор, як і об'єкти гумору, цілком статичні. Це одна причина. Інша причина в тому, що їхній гумор також не призначений для українського погляду. Він призначений для Росії.

Специфіка централізованого КВК, з культури якого вирости обидві студії, в тому, що представники провінцій і колоній приїздять у метрополію для самоприниження перед високим панством.

Враховуючи, що штучне вкидання і розкручування поділу України за регіонами належали до улюблених диверсійних політик Росії фактично від першого ж року Незалежності, доцільно поставити інше питання: чому хтось нині взагалі оперуватиме моделями, які нав'язала нам російська пропаганда? Можливі висновки: цей хтось достатньо дурний, щоб не розпізнати ворога, що прямо кричить про це; або не сприймає ворога серйозно і вважає, що використання його власних стереотипів про нас не є проблемою (тобто ще дурніший); або не вважає ворога ворогом.

Йдеться не лише про людей, котрі заперечують російську агресію чи підтримують геноцид українців. Йдеться загалом про людей, котрим імперський погляд на українське суспільство є ближчим за український погляд. Котрі не вважають культурну експансію за частину агресії – а це точно так само є запереченням російської агресії. Росіяни в такій сміховій моделі є фактично ближчими за таких само українців з іншого регіону. Дистанція між московською публікою і людьми, котрі готують ці шоу, є багаторазово меншою за дистанцію між авторами шоу і людьми, яких вони висміюють. Підкреслене іншування українців за регіонами, особливо коли це іншування складається з комедійних стереотипів, є системною імперською насмішкою із самої ідеї соборності. Логіка такого гумору покликана заперечувати базові націєтворчі і просто суспільні цінності: яка ж Україна єдина, як вона розділена за регіонами, котрі одне одного ненавидять і висміюють? Саме так до цього гумору і належить ставитись – як до проросійської і антисупільної у своїй основі

діяльності. Не тому, що він заборонений з етичних причин, а тому, що це те, для чого він історично використовувався, тому використання його зараз просто продовжує російську імперську політику, але власними руками і добровільно.

Зрештою, цей гумор призначений для умовної “ментальної Москви”, лише щоби сміятися тут і зараз. Більш стратегічне, кінцеве його призначення в тому, щоб переконати самих висміюваних, буцім перед ними не висміювання, а належне і принаймні нейтральне зображення. А то й узагалі доброзичлива, мудро-зверхня посмішка старшого брата до недолугих підлеглих, яких йому (не за власною волею в цій історії!) історично треба глядіти. Це, зокрема, один із інструментів маскування російського імперіалізму, інверсія колоніальних стосунків, у якій сам колонізований просить колонізатора про опіку і допомогу. Це опис самоприниження козаків із “Ночі перед Різдом”, перетворений на зброю проти нашої єдності.

Свого часу такий гумор належав до інструментів, що робили з людей співучасників знищення і вимирання власних спільнот, які належало проміняти на “нормальну”, “імперську” ідентичність. Сьогодні він є просто інструментом, що породжує, загострює і поглиблює конфлікти, які ми успадкували з СРСР і так і не спромоглись розв'язати до кінця. Нерідко – тому, що й не пробували. Можна бути українським патріотом, донатити на ЗСУ, а водночас бути жертвою російської пропаганди ненависті й ширити її далі».

Загалом політичний та соціальний гумор і сатира мали б виконувати критичну функцію, не просто заграючи, а полемізуючи з проблемами і викликами суспільства. Натомість український гумористичний контент часто бере заготовлені раніше стереотипи, демонструє їх публіці для впізнавання, після чого кладе назад. Жодного пропрацювання цих тем немає. При цьому використання шкідливих стереотипів у гуморі ще й надає їм валідації та продовжує їхнє суспільне життя [25].

Із жорстоким нападом росії українське суспільство нарешті зрозуміло, наскільки важливо не бути частиною російського простору, включаючи культурний. Зокрема, на думку театрознавиці Майї Гарбузюк, театри не мають іншого виходу, як перейти на реалізацію українського продукту: «Це просто неминучий хід. Вони приречені шукати та добувати український репертуар, замовляти або ставити прем'єри українських композиторів ...». Однак необхідно, щоб ці постановки були якісними. Ми вже маємо не вельми вдалий досвід запровадження української мови в театрах, зумовлений прийняттям Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (його норми про обов'язковість державної мови у сфері культури набули чинності 16 липня 2021 року). «Але я бачила, як внутрішньо театри цьому опиралися, – ділиться М. Гарбузюк. – Були вистави відверто такі: ах, ви хочете українську – отримайте. І це шаровари, алкоголіки, пияцтво. Тобто такий колоніальний кітч. І він виникав, бо вони іншого не знали й не вміли. Ось таким було їхнє розуміння цього українства» [26].

За майже три роки повномасштабної війни український театр зробив величезний крок уперед. Він стає актуальним, цікавим, вдумливим, критичним,

сучасним. Водночас відбувається переоцінка значення театру для суспільства, його відвідуваність б'є рекорди за весь час незалежності України. Втім, попри фундаментальні трансформації, українська Мельпомена досі не позбулася стигми міщанської розваги. Показовою в цьому плані стала цьогорічна церемонія нагородження VI Всеукраїнського театрального фестивалю-премії «ГРА». На думку театральної оглядачки Юлії Ліннік, вона нагадувала звітні радянські концерти та жорстко контрастувала з тим, про що насправді розповідали вистави фіналу премії і надто постановки, що перемогли. «Ми все більше говоримо про можливості театру впливати на реальність, а не естетично розважати глядачів. Але в тілі нашого театру, а отже, в нас самих, залишається звичка до радянського кітч у формі танцювальних номерів під стокову музику та молодих дівчат, що між оголошенням переможців та переможниць розважають аудиторію акробатичними трюками. Це також ми. Саме питання, мимоволі метафорично поставлене режисурою церемонії нагородження, є різким та гострим: що має бути на сучасній театральній сцені? Фокусники і акробати чи мистецтво, що готове вдивлятися в очі реальності, занурювати пальці в суспільні надрізи і вести дорослу деколоніальну розмову з глядачами та глядачками демократичної України?», – запитує Ю. Ліннік [27].

Заснований на підрадянському шароварництві кітч як поверхове ставлення до традиції все більше присутній у монументальному мистецтві наших міст. За час із 2014 року і також після початку повномасштабної війни на вулицях дедалі частіше почали з'являтися мурали на патріотичну тематику. Очевидно, що, як і в музиці чи інших видах мистецтва, запит на такий контент є. Однак художник-мураліст Володимир Манжос слушно зазначив: «Банальне нанесення патріотичного контенту на фасади будівель не має ні художньої, ні історичної, ні культурної цінності. Отже, робота має бути авторською. Це означає, що автор має свою ідею, будь-то на патріотичну чи на якусь іншу тематику, і майстерно її втілює в картині» [28, 29].

Особливо пригнічує недоречне використання елементів національної символіки в рекламі, торгівельних марках, сувенірній продукції, мемах, адже так відбувається знецінення наших національних кодів. Згідно з дослідженням, яке провів PR-менеджер *Alex Xeraces* із командою агенції «Піарна», у перші місяці повномасштабної війни було чимало перевтілень серед брендів з «basic» у «патріотизм». «Це очікуваний і похвальний вчинок, який завдяки своїм креативним рішенням підіймає бойовий дух і впевненість у нації серед аудиторії. Але, на превеликий жаль, утворилося чимало шароварщини класу “hard”. Як у далекому 2014-му, тільки в більшій кількості. Можна було б заплющити очі, якби крізь це візуальне пекло була наявність донатів на ЗСУ чи у фонди гуманітарної допомоги, але не в цьому житті. Лише 40% проєктів транслюють меседж і щось про допомогу, решта – типова нажива через агресивно утворений комплекс меншовартості, з яким наразі йде активна боротьба. Тому можна дійти невтішного висновку, що шароварщина прогресує і як показують запити на бренд-стратегії – хоче поширюватися далі.

Просувати комплекс неповноцінності, що виник через агресивний утиск – нерозумно, дивно і підло по відношенню до нації. Розумно його усувати за допомогою вивчення історії творчості предків, їхнього перемислу в сучасну стилізацію та надивленість. Тільки так помітність шароварщини знизиться, а кількість унікальності на ринку зростатиме. А споживачеві хотілося б нагадати, що той чи інший бренд існує, поки на нього є попит», – наголошує *Alex Xeraces* [1, 15].

Про важливість пізнання і популяризації нашої автентичної культури говорить і Ярина Сізик, фольклористка, засновниця телеграм-каналу «Етнографічні історії з Сізо Сізіциним» і бек-вокалістка гурту *KAZKA*: «Із шароварщиною потрібно не боротися, а працювати, Треба знайти реальні методи, як взаємодіяти і з людьми, і з маспродуктом. Основне наше завдання зараз – доносити різницю між справжньою українською культурою і шароварщиною, показувати, яким усе було насправді. ... завдання фольклористів, етнографів, науковців та дослідників, дотичних до цієї сфери, – навчитися працювати з явищем шароварщини і пропонувати людям розумну альтернативу. Наша культура багатогранна, вона дійсно красива і може в себе закохати. ... Зрештою, вся проблема у незнанні. Тому важливо вибудувати якісь поступальні кроки, почати тотальну боротьбу з неосвіченістю, робити це красиво і цікаво. Наприклад, інтегрувати у сучасну музику або показувати традиційний одяг у модних виданнях» [30].

«Продовження репрезентації української культури в руслі колоніального кічу є фатальною помилкою і становить, без перебільшення, загрозу національній безпеці. Адже від неї залежить світогляд майбутніх поколінь (для яких загроза нікуди не зникне) та сприйняття нас на міжнародній арені (ігнорування цієї *soft power* і, на противагу, пропаганда сусідами своїх принцес Анастасій і хруста французкай булкі дорого нам обійшлося)», – переконана дослідниця української культури Євгенія Гавришенко [31]. Однак позбутися цієї нав'язаної саморепрезентації не так легко. «Шароварщина з'явилась у нашій культурі не за рік і не за два. Ще більше часу знадобилось українцям, щоб ідентифікувати її як чужу. Щонайменше половина століття знадобиться, аби її витіснити», – вважає журналістка Вікторія Демчук [32]. Своєю чергою політолог Валентин Бушанський підкреслює, що подолання ментальної меншовартості, притаманне народам, що зазнали колоніального панування, неможливе лише шляхом викриття її шкідливості й оманливості. Колоніальний кітч можна подолати лише за допомогою поширення іншого кітчу, опозиційного до колоніальної ідеології [3]. Тож варто замислитися над формуванням питомого українського кітчу як жанру низової культури, який успішно посяде свою нішу і при цьому підважить нав'язані шароварщиною псевдоукраїнські стереотипи. Про потребу самобутнього національного кітчу говорить і Є. Гавришенко. Власне, його перші пагони дослідниця вже помічає – це наклейки для писанок, магніти на основі косівської кераміки, плакати Андрія Єрмоленка, який свідомо працює у жанрі національного кітчу тощо. Однак про

сформований самотутній український кітч як власну саморепрезентацію українства, не нав'язану колонізатором, вести мову поки що рано [8].

Втім, можемо з певністю говорити про новітню шароварщину – «неошароварщину». На відміну від шароварщини, її придумали вже самі українці, ґрунтуючись на досвіді минулого покоління. Є. Гавришенко вважає неошароварщину осучасненим продовженням шароварщини. «Продовження в тих самих колоніальних наративах, але на нових кітчєвих образах. Наприклад, махінації з темою козацтва: козаки-характерники, якісь таємні язичники, що літали на вогняних колісницях. Сюди ж відносяться язичницькі новотвори по типу ляльок-мотанок, які чомусь раптом стали оберегами, хоча офіційна етнологія стверджує, що це просто побутова іграшка, яка не мала магічних сенсів», – пояснює дослідниця [10].

З початком повномасштабної війни неошароварщиною також почали називати експлуатацію в маскульті на підйомі патріотизму символів сьогоднішньої боротьби – наприклад, безпілотника «Байрактар», переносного протитанкового ракетного комплексу «Джавелін», пса-розміновувальника Патрона, села Чорнобаївка, в якому російські війська показали суїцидальну готовність знову і знову підставлятися під удари ЗСУ, та ін. Втім, думаю, на позначення цього явища доречніше послуговуватися терміном «байрактарщина». Адже «неошароварщина» як похідна від шароварщини передбачає продовження колоніальних наративів, які описуваному поняттю таки не властиві, тут вони радше антиколоніальні. Також, попри спільні з шароварщиною кітчєвість та комерціалізацію чутливих для суспільства тем, породжений війною патріотичний маскульт усе ж має іншу природу. На відміну від штучної шароварщини, що виникла в результаті радянської цензури народного мистецтва як його «правильна», ідеологічно прийнятна версія, він закорінений у фольклор, який вільно народжується в народному середовищі як реакція на значущі для його представників події. Фольклор же завжди відвертий у своїх реакціях і живий, хоч подекуди може бути примітивним [10, 23].

Термін «байрактарщина» пов'язують із виходом патріотичної пісні «Байрактар» Тараса Боровка у березні 2022 року. У перші місяці великої війни тисячі митців і виробників підтримували країну піснями, відео, плакатами, графіті, мемами, етикетками з національною символікою тощо. Війна – великий каталізатор, що веде за собою і кризу особистості, і національну травму, і загалом зміну старого порядку. Поява продуктів творчості під час воєн чи після них неминуха. Реакційний маскульт не міг не з'явитися. Людям потрібно було виплеснути емоції від спільного пережитого горя, страху, і згуртуватися навколо чогось. Цим стала знову ж патріотична символіка, як було на початку попереднього етапу війни у 2014 році. Використання символів, якими послуговувалися наші пращури 100 років тому, не є поганим. Навпаки, це демонстрація того, що ми як нація були, є і будемо. Однакові елементи культурного коду червоною ниткою об'єднують покоління. Тим паче боротьба проти російської експансії – проблема не лише нашої генерації. Однак через надмірне і часто невиправдане повторення використовуваних патріотичних образи

і символи боротьби стали банальними. Закономірно, що з часом ця банальність перетворюється на кітч, а глибоке значення війни та її трагічні наслідки знецінюються. Тож згодом митців і виробників, які продовжували гайпувати на війні задля маркетингу чи піару, почали звинувачувати у спекулюванні на патріотизмі. А термін «байрактарщина» набув стійкої негативної конотації як паразитування на темах і межах сучасної російсько-української війни задля особистої вигоди у формі популярності чи фінансів. Відповідно виділяють підвид комерційний та масово-культурний [10, 11, 33, 34].

Однак, як зауважила мовознавиця Ганна Дидик-Меуш, семантика неологізму байрактарщина зазнає енантіосемії¹. Зокрема проведене науковицею опитування студентів зафіксувало не лише негативні емоційні характеристики цього слова (паразитування на війні та військовій тематиці, знецінення та зневага страшних реалій російсько-української війни, нажива на трендах, гайп, попсовість, комічність, обмеженість, меншовартість), а й позитивні тенденції (романтизація війни, підняття / підтримка національного духу, патріотизм, оптимізм) [35]. Поляризація семантичних значень цього новотвору цілком відповідає контрверсійному ставленню до цього явища у суспільстві.

Зрештою, межа між патріотизмом і кон'юктурою, гайпом та безпринципною наживою доволі тонка. Проте вже за рік повномасштабної війни байрактарний маскульт досяг такого апогею, що у березні 2023 року у Верховній Раді України зареєстрували законопроект, який має обмежити використання військово-патріотичної тематики в маркетингу та рекламі. Адже комерціалізація військових та національно-визвольних символів порушила всі мислимі моральні та етичні норми. До прикладу, одна з компаній назвала насіння редиски – «Азовсталь», інша випустила сухарики з назвою «Збройні сухарі України». Дном подібного маркетингу заслужено вважається напій «Героїчна Буча Комбуча» та запальнички із зображенням розстріляного Олександра Мацієвського [36, 33]. Також перейшло всі кордони застосування герба, численні інтерпретації якого починаються від яструба, що атакує двоголову потвору, і закінчуються фразою «іді на...», та національної колірної палітри. «Ми маємо наш прапор розмазаний тонким шаром по різноманітних носіях – від трусів до фасадів будівель. Тобто вже тотальна вульгаризація національного символу, бо доречність цього подекуди сумнівна», – звертає увагу графічний дизайнер Дмитро Верьовкін [15]. Ринок заповнили різноманітні невійськові товари, що апелюють до ЗСУ, символів української державності, історичних постатей, культурних символів спротиву (як-от пісні «Ой у лузі червона калина»), місць воєнних злочинів російської армії, мемів російсько-української війни тощо. «Вочевидь, такі заходи створюють ефект символічної інфляції для речей, що мають фактично сакральний характер. Згадані вище символи стали наслідком жертвовності, які понесли захисники,

¹ Енантіосемія – розвиток у мовної одиниці протилежних значень, поляризація її значень. // Наявність протилежних значень у того самого слова; таке явище спостерігається у багатозначних слів, які можуть мати значення, які взаємно виключають одне одного (Тлумачний словник української мови).

підпільники, дисиденти та інші причетні до тривалого у часі визвольного чину українців. Через це у побуті громадян війна починає сприйматись не як трагедія, а якась ігрова ситуація з відповідним реквізитом, який потрібно здобути, щоб бути своїм», – зазначає історик Олексій Дедуш [37].

Байрактарщина змогла девальвувати навіть меми, суть яких, власне, і полягає у вірусному поширенні. Мем відтворює роль одиниці культурної інформації, інформаційного вірусу, що впливає на сприйняття людиною реальності, її світогляд і поведінку. Меми слугують ефективною зброєю у смисловій війні, де сторони воюють за системи світоглядних переконань і цінностей людей, хочуть нав'язати потрібну картину світу, створити нові смисли. Це не просто жарти чи смішні картинки. Це спосіб передачі змісту, що об'єднує спільноту, а у випадку України часів великої війни – допомагає їй долати страх і розгубленість, нейтралізувати російську пропаганду й дезінформацію, робити страшного і грізного ворога дрібним і жалюгідним. Крім того, меми – це також сторінки історії великої війни, бо за кожним стоїть унікальна подія чи явище. В документальному фільмі «Битва мемів. Народний гумор завдає удару у відповідь» учений в галузі психіатрії Олег Чабан називає меми «екзистенційним спалахом», а професорка Вашингтонського університету Лада Біланюк порівнює їх із антитілами людини, захисним механізмом.

Серед культових мемів російсько-української війни – шиболет² «паляниця», який не лише слугує паролем для швидкої ідентифікації «свій – чужий», а й на рівні фонології розбиває міф путіна про українців і росіян як один народ; слова однойменної пісні гурту *PROBASS Δ HARDI* «Доброго вечора, ми з України», під які було знято десятки тисяч відео про відважних українців, які борються проти російських окупантів; пропозиція безстрашної жінки з Генічеська покласти окупантам у кишені соняшникове насіння, мовляв, так із них буде хоч якась користь, коли вони поляжуть в українській землі; планування «оргії на Щекавиці» у відповідь на ядерні погрози росії... Ну і, звісно, найпопулярніший і найпотужніший мем повномасштабної війни, який став всеукраїнським гаслом і розповсюдився у світі, це легендарна фраза українського прикордонника «Русській военний корабль, іди на...» у відповідь на пропозицію окупантів скласти зброю. Вийшло так, що українці не просто не склали зброю, а й використали за цих обставин смислово. О. Чабан вважає, що цей мем подарував нам силу. А літературознавець Ростислав Семків бачить у цій відповіді українського захисника «скорочений варіант листа запорожців турецькому султану. Життєва традиція, приправлена сміхом. А ще традиція літературна! Пригадаймо Енея – козака, який сміється, коли дуже сутужно, і зі сміхом перемагає». І коли ЗСУ потопили флагман російського Чорноморського флоту «Москву», то був епічний момент приниження і деморалізації росії. Ось так зародився мем, який продовжує жити й бити ворога [38, 39, 40, 41].

² Шиболет – характерна ознака чого-небудь; таємний пароль, прикмета для упізнання, типова особливість (Тлумачний словник української мови).

Та виникає питання – кому призначаються слова «Русській воєнний корабель, іді на...», нанесені на заднє скло цивільного автомобіля? Яка ймовірність того, що на тилкових дорогах ця фраза знайде свого російського адресата? У більшості ж українців, які прочитають цей напис, їдучи позаду, він викличе не гордість і підбадьорення, а роздратування. Таким чином некритичне і недоречне використання мемів призводить до девальвації навіть потужних послань. Окремо варто наголосити, що за мемом далеко не завжди стоїть весела історія. До прикладу, автор фрази про російський корабель потрапив зі своїми побратимами в полон, де з них в буквальному сенсі вибивали ім'я зухвальця. Геніченка Світлана, яка запропонувала окупантам соняшникове насіння, була звинувачена росіянами в «екстремізмі» [40]. А Олександр Мацієвський розстріляний за слова «Слава Україні». Бездумне тиражування мемів девальвує героїзм цих людей і приглушує їхні особисті історії.

Війна спричинила ґрунтовні зміни в культурному середовищі країни, не оминаючи й українську музичну сферу. Змінилась не лише мова пісень, а й тематика, панівні жанри та настрої. Наш культурний простір фактично позбувся російської та орієнтованої на росію музики, хоч і дуже дорогою ціною. «Нарешті нова українська музика говорить про те, що цікаво й потрібно слухачеві – війна, наснага до боротьби, віра в перемогу, любов до своїх, ненависть до ворогів. Говорить щиро і завзято, з усвідомленням своєї місії – підтримувати й надихати людей. Цей тренд робить українську музику незамінною для локального слухача», – ділиться своїми думками співзасновниця «Радіо Аристократи» Валерія Чачибая [42]. Про важливість появи пісень про війну, бойові дії, героїв, знакові події, що переживаємо повномасштабно третій рік і загалом уже 11 років, говорить і доброволець батальйону «Госпітальєри», музикант і фронтмен гурту «КораЛЛі» Мишко Адамчак: «Це мистецтво має існувати, його має ставати більше, щоб показувати цивільним людям, що війна триває. Щоб вони могли це пропустити через себе, не відмежовувалися від війни, а вмикались в допомогу країні. Є дуже хороша фраза: “Ти або в ЗСУ, або для ЗСУ”» [43].

Значною мірою запит суспільства на патріотичний контент, який був як серед цивільних, так і військових, задовольнила байрактарна музика. Невдовзі після повномасштабного російського вторгнення почали з'являтися зроблені нашвидкуруч треки про Володимира Зеленського, перемогу над окупантами, пса Патрона, «Джавеліни», «Хаймарси», піксельну форму українських військових, козаків тощо. Маркером популярності цього контенту може слугувати пісня «Україна перемає» у виконанні Олександра Пономарьова, Михайла Хоми і Тараса Тополі, яка у травні 2022 року посіла перше місце у трендах *YouTube*, *iTunes*, *Spotify* та на радіо. «Військові тоді максимально підтримали цю течію, сказали: “Дуже-дуже дякуємо, що ви нам співчуваєте. Ми під обстрілами, коли нам треба йти боротися, оці журливі сльозливі пісні нам не дуже хочеться слухати, нам треба пісні, які підіймають бойовий дух”», – згадує музичний редактор та продюсер А. Великий [10].

Тут доречно наголосити, що кітч чутливий до контексту, він ситуативний. Один і той самий мистецький твір може бути і не бути кітчевим, залежно від контексту. На цю особливість кітчу, до слова, звернув увагу композитор Валентин Сильвестров, який назвав свій цикл «Кітч-музика». Розмірковуючи на цю тему, композитор зазначає: «Це Роберт Музіль, такий відомий австрійський письменник має великий роман «Людина без властивостей», а також есей, пов'язаний з кітчем, написаний після Першої світової війни. Він каже: дивіться, кітч, це коли зовнішній спостерігач бачить, як солдати в окопах, перед атакою, співають якісь скромні, навіть сентиментальні пісні про родину, про жінку, про дітей. Людині ззовні здається “що за нісенітниця”, а для них – це істина. Вони завтра йдуть умирати. Важлива ця суперечливість між, нібито, звичайністю музики й тим, що вона обслуговує якийсь важливий межовий стан людини. Так часто буває, – те, на що не звертаємо уваги у звичному житті, виявляється найбільш потрібним у ситуації екстремальній» [44].

Будьмо чесні, після 24 лютого 2022 року все українське суспільство опинилося в такому межовому стані. Тож байрактарну творчість перших місяців великої війни не зовсім коректно вважати кітчем. Це класична реактивна музика, яка дала нам сили встояти. Якщо зазирнути в історію, то цю ж роль в часи УПА виконали пісні «Зродились ми великої години» чи «Йшли ми до бою». Однак, як зауважила Л. Зданевич, уже за рік повномасштабної агресії стихійна реакційність переросла в кон'юнктурність, а сенси про «ми сильні, незламні, вільні українці у вишиванках» вичерпали себе. «Якщо в шаблонну пісню додати сопілку, застільний баян, ключові слова на патріотичну тему, і розповідати, що це “класна, сучасна, актуальна українська музика”, від того вона не стане насправді ні хорошою, ні актуальною. Це буде лиш черговою спробою зманіпулювати на хайпі до всього національно забарвленого», – наголошує журналістка [11].

Сьогодні українська попіндустрія переповнена патріотичними треками, що містять гучні імена, популярні вислови на військову тематику, інші символи нинішньої війни або ж українського історичного минулого. «Усі можливі стереотипи та образи змішують в один продукт, аби точно задовільнити середньостатистичного слухача та попасти у тренди. Із цим втрачаються зміст та важливість мотивів як сучасних культурних понять, так і воєнних обставин», – зазначає журналістка Вікторія Панасюк. Як приклад можна навести кліп 2023 року «Офіцери» М. Поплавського, в якому згенеровано бінго з усіх культурних маркерів: у відеокліпі артист співає на тлі червоної калини, навколо нього дівчата у вишиванках та у вінках, це все супроводжує відеоряд, де козаки у шароварах та з шаблями танцюють гопак. Також показана робота артилерії, авіації, є українські прапори. Тут важко не погодитися з В. Панасюк: «Люди прагнуть розвитку своєї історії та культури, проте водночас і нищать її. У них є запит, на який народжується пропозиція. Відповідно хтось втілює пропозицію у відповідь на вірусні тренди з комерційною метою, забуваючи за якість, а інші продукують цей український контент, аби позбутись від власного минулого» [45].

Фронтвумен гурту *ОНУКА* Ната Жижченко зізнається, що болісно сприймає байрактарщину і шароварщину: «Для мене як для музиканта – це біль. Бо це епоха торжества форми над змістом, а не мистецтво. Я б так це назвала. Але треба було зайняти середню нішу, яку займав у нас російський контент чимось своїм, чимось простим, легким і на злобу дня. І прийшла “байрактарщина”». На думку музикантки, у такої музики немає майбутнього. «Я розумію, чому на неї був запит, але вірю, що так швидко, як ця хвиля піднялася, вона так швидко і згасне. І це буде явищем, яке вивчатимуть, аналізуватимуть, але не будуть далі створювати. Воно зійде нанівець, а далі буде нова хвиля іншої музики», – переконана вона [46].

Зрештою, на третьому році війни байрактарщина як жанр дратує не лише витончених естетів, а й українських воїнів. Такого висновку дійшов у своєму польовому дослідженні музичних смаків військових журналіст Дмитро Крапивенко, який нині служить у лавах ЗСУ. У його опитуванні дизлайк, зокрема, отримали такі композиції:

1. «Геть з України, москаль некрасівий» *Jerry Heil* – за рядок «а позаду Арестович».

2. «Горить палає» – попри те що сама фраза «горить-палає техніка ворожа» мемічна, нарікання викликає сам кліп щонайменше наявністю там Євгена Кошового з «95 кварталу». Кривляння коміків й естрадних виконавців типу Олександра Пономарьова викликає відверте роздратування і запитання «а вони чому не на фронті?».

3. «Фортеця Бахмут» гурту «Антитіла» – у пісні стільки пафосу, що складається враження, ніби її текст затверджували в райкомі комсомолу, просто з іншими ідеологічними настановами.

«Зміна характеру війни деактуалізує усі пісні, написані в стилі “гей-гоп, москалі тікають, женемо їх копняками”». Ми ж не хочемо брехати самі собі? Про ту війну, яка відбувається тут і зараз, не вийде написати оптимістичні, мало не танцювальні композиції», – каже Д. Крапивенко. Він також зауважує, що з’являється запит на те, щоб було чути голос самих фронтовиків, а не кон’юнктурне кривляння попспіваків. «Бардами нинішньої війни могли стати Олекса Бик або Христина Панасюк (співачка віднедавна долучилася до лав ЗСУ), але їм потрібен елементарно час для того, щоб записувати свої пісні. Вірші Павла Вишебаби, Максима Кривцова, Олени Білозерської, Ярини Чорногуз чекають на своє музичне втілення. ... Подібно до того як література про війну, написана тим, хто не воював, викликатиме безліч запитань, музика теж пройде свій “профвідбір”», – вважає автор [47].

Тож байрактарщина (як і шароварщина) – це про вузькість погляду, обмежене трактування культурного явища. Пісні класу «байрактарщина» формують уявлення про те, що війна складається з Байрактара, руснявих Ваньків і «Доброго вечора, ми з України» (крута музика на фоні). Але така точка зору максимально спростовує сьогодишню боротьбу і робить її аж занадто поверхневою. Небезпека такого погляду криється у неможливості об’єктивно зрозуміти, яку ціну платять військові, країна загалом і кожен з нас

за те, щоби перемогти. За те, щоб існувати там, де ми хочемо і так, як ми цього хочемо. Зрештою, наше суспільство уже наситилося прямими проявами культурних переживань і готове до більш глибоких рефлексій.

До того ж байрактарщина репрезентує не лише ставлення до війни, але й до музичної індустрії України загалом. Може скластися хибне враження, що українська музика обмежується лише піснями про «Ваньку-встаньку» і «Пса Патрона». Що, звичайно, неправильно й небезпечно. Небезпека полягає в тому, що така «вторинність» української музики відвертатиме увагу як слухачів, так і виконавців від створення контенту, а отже сфера розвиватиметься повільно через відсутність попиту [34]. Українські музиканти, врешті, мають усвідомити, що велика аудиторія – це велика відповідальність за те, що ти транслюєш. Також потрібно працювати над культурою споживання музики в Україні, розвивати естетичні смаки українців. На думку музичного журналіста М. Чухліба, це можна зробити через діяльність музичних медіа, музичні подкасти, через джерела, звідки люди зможуть дізнаватися про хорошу якісну музику. Автор наводить приклад «Просвіти», яка у ХІХ ст. займалася просвітництвом на Галичині задля культурного розвитку та піднесення національної свідомості українців. Він переконаний, що такою самою «Просвітою» для українців у плані їхнього музичного смаку зараз якраз мають стати оці музичні медіа, музичні блогери та, звісно, самі музиканти. Також до цього процесу має долучитися Міністерство культури [11, 24].

Насамкінець розгляньмо байрактарні тренди в кіномистецтві. «Тема подій війни Росії проти України потребує максимально делікатного підходу. Зображення трагічних подій в ігрових фільмах, поки триває війна, тягне за собою ризик кон'юнктурного використання трагедії, що ми вважаємо неприйнятним. А проводити зараз у місцях безпосередніх трагічних подій зйомки ігрових фільмів із застосуванням важкої військової техніки, піротехніки, з використанням форми російських військових і подій, що містять насильство, – це нагадування про події, тим, що пережили насильство, і може відбутися ретравматизація жертв цих подій», – з такою заявою виступила у 2022 році Українська кіноакадемія після новин про початок знімання художнього фільму «Буча» Станіславом Тіуновим [48]. Втім, виробництво стрічки це не спинило і вже у листопаді 2024 року «Буча» вийшла в національний прокат. На думку критиків, стрічці забракло сильної творчої команди та авторської рефлексії на трагічні події. Проте головна заувага все ж до самої назви стрічки, багатьох тригерить згадка цього місця російських злочинів. «Автори вирішили взяти гучну назву для привернення уваги, але вона дає хибні очікування, – ділиться своїми думками щодо картини артоглядачка Лена Чиченіна. – Назвали б якимось по-іншому, то і питань би не виникло». Тим паче, що події стрічки розгортаються не лише в Бучі, а в різних містах Київщини часів російської окупації. Власне, на переконання журналістки, авторам стрічки вдалося б уникнути низки скандалів, якби її з самого початку позиціонували по-іншому: як фільм про громадянина Казахстану, який вивозить людей з окупованої Київщини, з наголосом, що сюжет концентрується

саме на головному героєві. «Якби так одразу і сказали, то в аудиторії б не склалося хибного враження, що їм від початку і до кінця розповідатимуть про усі ті жахіття, які відбувалися у місті. Вони частково показані, але явно не демонструють усієї жорстокості росіян, що, безумовно, применшує цю трагедію», – пояснює своє обурення Л. Чиченіна, яка сама є мешканкою Бучі і рятувалася з окупації [49].

Значно відвертіше тема війни експлуатується в містичному фільмі жахів «Конотопська відьма» Андрія Колесника. Та почнімо знов-таки з назви. Автори стрічки звертаються до літературного джерела – однойменної сатирично-фантастичної повісті Г. Квітки-Основ'яненка – лише для того, щоб відмовитись від нього. Взявши назву класичного твору та подекуди імена персонажів, автори не лишили від них жодного сліду. Ані переосмислення, ані осучаснення відомого сюжету тут немає. Це чистий піар-хід, який спрацював, але аж ніяк не на користь класики. Однак, як зауважила кінокритикиня Катерина Сліпченко, у випадку фільму це не головна проблема: «Найгірше – експлуатація дуже болючої теми. Картина, на жаль, стала в уже досить щільні ряди фільмів, автори яких швиденько знімають що-небудь про події російсько-української війни, про те, що відбувається й досі. Тут чимало тригерів та перегуків з реальними жахами. ... Говорити на болючі теми потрібно, проте не варто, мабуть, перетворювати їх на дешевий атракціон.

На жаль, на нас невдовзі чекають ще чимало фільмів такого плану. І будуть ті, хто пристрасно захищатиме їх. Але великі касові збори не завжди є свідченням якості. У випадку з кіношною «Конотопською відьмою» (на відміну від театральної...) вони радше свідчать про добру комерційну жилку авторів. При роботі з такими безмежно болючими темами є їх експлуатація, а є рефлексія та емпатія. І часто кінематографісти обирають перших шлях, бажаючи заскочити у потяг, що рухається (часом навіть і з добрими намірами) замість того, щоб не поспішаючи осмислити свій сюжет» [50].

Тож, як слушно зазначив музикант Євген Гордєєв, дезорієнтованість викликами кривавого вторгнення – не привід вдаватися до передбачуваних прийомів-одноденок. «Сьогодні байрактар зіб'є ворожу колону, завтра станеться чергова резонансна трагедія, але кача плине поза часом. Цей неофіційний реквієм часів Майдану – потужніший за трильйон грінжол або верьовківських хоралів. Велич історичного виклику потребує поваги не лише до сенсу, але й до форми. Інакше – жлобське зросійщення форми, яке складно назвати шароварщиною (від цього терміну тхне українофобським амбре). Коректніше – вторинність. Несмак» [15].

Популяризація всього українського з метою протистояння російській агресії, без сумніву, відіграє позитивну роль в об'єднанні українського суспільства. Витвори національної культури допомагають побороти внутрішню напругу та загальнонаціональні ментальні проблеми, створюють потужний національний культурний контент, що стає маркером для розпізнавання бінарної антиномії «чужий – свій». Проте викликом сьогодення є питання – як не перетворити глибоке різноманітне українське мистецтво на бліду спрощену

pomer-i-znovu-vidrodivsa-dnistrovij-mihed-silvasi-klocko-ta-karpak-pro-rol-mistectva-pid-cas-vijni/ (дата звернення 17.12.2024).

8. Гаврищенко Є. Шароварщина як спадок колоніалізму / Євгенія Гаврищенко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.kovchek.ua/uk/analytic/sharovarshchina-spadok-kolonializmu> (дата звернення 17.12.2024).

9. Яковленко К. Як зрозуміти сучасне мистецтво? Прості відповіді на прості запитання / Катерина Яковленко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://suspilne.media/culture/862865-ak-zrozumiti-sucasne-mistectvo-prosti-vidpovid-na-prosti-zapitanna/> (дата звернення 17.12.2024).

10. Вернигор П. «Неважливо, як зроблено – головне, що наше». Чому шароварщина знову в трендах і що з цим робити? / Поліна Вернигор // Заборона. – 2023. – 10 квіт. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://zaborona.com/chomu-sharovarshhyna-znovu-v-trendah-i-shho-z-czum-gobyty/> (дата звернення 17.12.2024).

11. Зданевич Л. Шароварщина: погибель чи панацея для української музики. Ультимативний розбір від Лери Зданевич / Лера Зданевич [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://liroom.com.ua/articles/sharovarshchyna/> (дата звернення 17.12.2024).

12. Стуканов С., Соколенко Н. Берковський: Банальна шароварщина — це боротьба проти українського / Сергій Стуканов, Наталія Соколенко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=105097%20%D1%96%20https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ec829c2e-2788-4ffb-8f98-1cc6b4c6b2a1/content> (дата звернення 17.12.2024).

13. Фісунов А. У шароварах та із сопілкою в руках. Процес деградації української народної музики / Андрій Фісунов [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.neformat.com.ua/articles/sharovarshina.html> (дата звернення 17.12.2024).

14. Кузума О. Український кіч / Oleksander Кузума [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://uamodna.com/articles/ukrayinsjkuu-kich/> (дата звернення 17.12.2024).

15. Несмак, спрощення, вторинність. Як з'явилася шароварщина та чим вона шкодить українській культурі? / Онлайн-медіа «Люк» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://lyuk.media/city/sharovarshchina/> (дата звернення 17.12.2024).

16. Центр протидії дезінформації. (2023, 1 квітня). #ЦПД_ознайомлює: Сало, горілка, вареники і, звісно, червоні шаровари – саме з цим російська пропаганда пов'язує пересічного українця. *Facebook*. <https://www.facebook.com/watch/?v=533450745387533> (дата звернення 18.12.2024).

17. ТОП-10 українських *Youtube*-каналів про культуру та історію / Інформація. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://spadok.org.ua/tekhnologiyi/top-10-ukrayinskykh-youtube-kanaliv-pro-kulturu-ta-istoriiu> (дата звернення 18.12.2024).

18. Ткаченко К. Україна – окупована шароварами територія / Катерина Ткаченко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://sil.media/p/ukrayina----okupovana-sharovarami-teritoriia-795545-14257> (дата звернення 18.12.2024).

19. Запотічна І. Не все гарне те, що вишите: мисткиня Роксоляна Шимчук про вишиванку президента і кіч в етніці / Ірина Запотічна [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://zahid.espresso.tv/novyny-lviv-ne-vse-garne-te-shcho-vishite-mistkinya-roksolyana-shimchuk-pro-vishivanku-prezidenta-i-kich-v-etnitsi> (дата звернення 16.12.2024).

20. Липа М. Шароварщина чи українство: що не так з твоєю вишиванкою? / Мирослава Липа [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://cbn.com.ua/articles/2023-05-18-sharovarshhyna-chy-ukrayinstvo-shho-ne-tak-z-tvoeyu-vyshivankoju> (дата звернення 16.12.2024).

21. Гончарук К. Звідки взялася шароварщина, хто винен і що робити / Катря Гончарук [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://uportal.cz/blogs/3/231> (дата звернення 17.12.2024).

22. Галата А. «Бавовна – солодка вата» і «Дика дичка». Добірка співаків, які грішать байрактарщиною / Анастасія Галата [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://war.telegraf.com.ua/ukr/kultura/2023-03-23/5784150-bavovna-solodka-vata-i-dika-dichka-pidbirka-spivakiv-yaki-grishat-bayraktarshchinoju> (дата звернення 17.12.2024).

23. Олійник Д. Байрактарщина – не шароварщина. Чому це різні речі і чи є підстави виокремлювати явище «байрактарщини»? / Дмитро Олійник [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/05/9/7401342/> (дата звернення 17.12.2024).

24. Бабишена О. Що не так з українською музикою? / Ольга Бабишена [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://bomok.com.ua/novyny/shho-ne-tak-z-ukrayinskoju-muzykoju/> (дата звернення 17.12.2024).

25. Котубей-Геруцька О. Гумор «Кварталу 95» і «Дизель Шоу»: іронія, примітив чи продовження російського імперіалізму? Про сміх після КВНУ / Олеся Котубей-Геруцька [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://suspilne.media/culture/653150-gumor-kvartalu-95-i-dizel-sou-ironia-primitiv-ci-prodovzennam-rosijskogo-imperializmu-pro-smih-pisla-kvnu/> (дата звернення 16.12.2024).

26. Яремак П. Сценічне дзеркало війни / Павло Яремак // Тиждень. – 2022. – 27 груд. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://tyzhden.ua/stsenichne-dzerkalo-vijny/> (дата звернення 18.12.2024).

27. Ліннік Ю. «Театр – це не розвага». Огляд нагородження переможців Фестивалю-премії ГРА / Юлія Ліннік [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: https://life.pravda.com.ua/culture/festival-premiya-gra-yak-vidbuvalas-ceremoniya-reportazh-up-305186/?_gl=1*1doa2nn*_ga*NTU1Mzg4Mz-

E2LjE2NzU1MTA5MDE.*_ga_6ELQ7YCNBS*MTczMzI1Mjc0NC4xMzg2LjEuMTczMzI1MjgzNi4zMC4wLjA (дата звернення 18.12.2024).

28. Пригор І. 10 думок публічної лекторки й есеїстки Діани Ключко / Іра Пригор [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://sensormedia.com.ua/art/10-dumok-publichnoi-lektorky-y-eseistky-diany-klochko/> (дата звернення 16.12.2024).

29. Котубей-Геруцька О. Повний муралізм: дивимось на кринжові мурали, говоримо про повагу до публічного простору, шукаємо художню цінність / Олеся Котубей-Геруцька [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://suspilne.media/culture/616841-povnij-muralizm-divimos-na-krinzovi-murali-govorimo-pro-povagu-do-publicnogo-prostoru-sukaemo-hudoznu-cinnist/> (дата звернення 16.12.2024).

30. Плис А. Шароварщина проти традицій: як зберегти українську культуру / Анастасія Плис [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://nashkiev.ua/culture/sharovarschina-proti-traditsii-yak-zberegti-ukrainsku-kulturu> (дата звернення 16.12.2024).

31. Гаврищенко Є. Колоніалізм і шароварщина / Євгенія Гаврищенко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://shotam.info/kolonializm-i-sharovarshchyna/> (дата звернення 17.12.2024).

32. Демчук В. Шароварщина в етнічній моді: як її нав'язали українцям та як від неї позбавитися / Вікторія Демчук [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://shotam.info/kolonializm-i-sharovarshchyna/> (дата звернення 17.12.2024).

33. Байрактарщина / Драматика [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://drama.kropyva.ch/%D0%91%D0%B0%D0%B9%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%89%D0%B8%D0%BD%D0%B0> (дата звернення 16.12.2024).

34. Війна і пісня: наскільки доречне таке поєднання? / *DeepState* [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://deepstateua.com/viina-i-pisnia-naskilki-doriechnie-takie-poiednannia/> (дата звернення 17.12.2024).

35. Дидик-Меуш Г. Неологізми у час війни: функційність поняття «байрактарщина» / Ганна Дидик-Меуш // Досвід війни. Медійно-дискурсивний простір сучасної України за ред. С. Романюк. – Варшава: Видавництво Варшавського університету, 2024. – С. 111-122. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: https://www.wuw.pl/data/include/cms//Doswiadczenie_wojny_Romaniuk_Svitlana_2024.pdf (дата звернення 17.12.2024).

36. Редиска «Азовсталь» і «Буча-Комбуча». Парламент хоче обмежити використання теми війни в комерційній рекламі / Інформація [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/viyna-i-reklama/32334925.html> (дата звернення 17.12.2024).

37. Дедуш О. «Байрактарщина» та українська масова культура *per tempus belli* / Олексій Дедуш // Актуальні проблеми розвитку природничих та гуманітарних наук : збірник матеріалів VII Міжнар. наук. практ. конф. (10

листопада 2023 р.) / відп. ред. Голуб Г.С., Зінченко М. О. – Луцьк, 2023. – С. 318–320. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: https://chtyvo.org.ua/authors/Diedush_Oleksii/Bairaktarschyna_ta_ukrainska_masov_a_kultura_per_tempus_belli/html (дата звернення 16.12.2024).

38. Бровко Л. Меметика у війні: як мему стають зброєю / Ліза Бровко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://pressassociation.org.ua/ua/memetika-u-vijni-yak-memi-stayut-zbro%D1%94yu/> (дата звернення 18.12.2024).

39. Спалек М. Скажи «паляниця». 15 мемів, що з'явилися у час великої війни / Марія Спалек // Детектор медіа. – 2023. – 23 лют. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanystsya-15-memiv-shcho-zyavulyysya-u-chas-velykoi-viynu/> (дата звернення 18.12.2024).

40. Meme wars / Битва мемів (2024, 5 грудня). Битва мемів. Народний гумор завдає удару у відповідь. Прем'єра документального фільму. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=IFa8HN0eEIs> (дата звернення 18.12.2024).

41. Колегіна Н. Ростислав Семків: «Сміх у літературі – це показник свободи, ліберального й відкритого суспільства». Літературознавець – про класику й дерусифікацію читацьких уподобань / Наталія Колегіна [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://theukrainians.org/rostyslav-semkiv/> (дата звернення 18.12.2024).

42. Як розвивається українська музична індустрія під час великої війни? / *Jager Music Awards* [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://svidomi.in.ua/page/yak-rozvyvaietsia-ukrainska-muzychna-industriia-pid-chas-velykoi-viynu> (дата звернення 17.12.2024).

43. Грейда С. «Яким мистецтво захоче бути під час війни, таким хай і є», – франківські митці-військові про творчість в часі війни / Соня Грейда [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://galka.if.ua/yakum-mystetstvo-zakhoche-buty-pid-chas-viyny-takym-khay-i-ie-frankivski-myttsi-viyskovi-pro-tvorchist-v-chasi-viynu-foto/> (дата звернення 17.12.2024).

44. *Safian D.* Валентин Сильвестров: «Під час війни музи грали роль, але яку?» / Dzvenyslava Safian // *The Claquers*. – 2023. – 15 серп. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://theclaquers.com/posts/11694> (дата звернення 17.12.2024).

45. Шароварщина та неошароварщина: як виникли, що з ними робити та їх місце у сучасних реаліях. Пояснюємо / *PSAM.UA* [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://medium.com/@psam.ua.underground/-%D1%88%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%89%D0%B8%D0%BD%D0%B0-%D1%82%D0%B0> (дата звернення 17.12.2024).

46. Шмітт В. «Це біль». Фронтвумен ОНУКА висловила про «байрактарщину» / Вероніка Шмітт // *NV*. – 2023. – 24 лип. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://life.nv.ua/ukr/znamenitosti/onuka-vislovilasya-pro-bayraktarshchinu-ce-bil-ostanni-novini-interv-yu-nv-50341166.html> (дата звернення 17.12.2024).

47. Крапивенко Д. Мода, ремейки і байрактарщина. Як змінюються музичні смаки військових / Дмитро Крапивенко // *Texty.org.ua* – 2024. – 1 груд. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://texty.org.ua/articles/111526/moda-remejku-i-bajraktarshyna-yak-zminuyutsya-muzychni-smaky-sered-vijskovykh/> (дата звернення 17.12.2024).

48. Шилова А. «Буча» – якою вийшло створити художню стрічку про трагедію людей? Рецензія / Альона Шилова [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://suspilne.media/culture/873867-buca-akou-vijslo-stvoriti-hudoznu-stricku-pro-tragediu-ludej-recenzia/> (дата звернення 18.12.2024).

49. Сушко Є. Фільм «Буча» як діагноз: художню стрічку презентували на фестивалі документального кіно Держкіно / Єлизавета Сушко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/culture/shcho-ne-tak-z-filmom-bucha-film-napivtayemno-prezentovali-na-kinofestivali-vid-derzhkino-300346/> (дата звернення 18.12.2024).

50. Сліпченко К. Крінж та краш «Конотопської відьми» / Катерина Сліпченко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: https://zaxid.net/statti_tag50974/ (дата звернення 18.12.2024).

Матеріал підготувала

Г. М. Іванченко,
завідувачка сектору ДЗК відділу НАУІ
Інформцентру з питань культури та мистецтва

Комп'ютерне опрацювання та редагування **І. Г. Піленко**

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 1,5. Б/т. Зам. 95. Безплатно

НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ-1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12