

УДК 792.7.78.05

**Цитування:**

Ковтун К. А. Український шоу-бізнес у час російсько-української війни: форми презентації артистичної діяльності. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 4. С. 106–110.

*Ковтун Катерина Андріївна,  
аспірантка Інституту проблем  
сучасного мистецтва*

*Національної академії мистецтв України  
<https://orcid.org/0000-0003-1064-7660>  
[ka.krasnikova@gmail.com](mailto:ka.krasnikova@gmail.com)*

Kovtun K. (2024). Ukrainian Show Business during the Russian-Ukrainian War: Forms of Presentation of Artistic Activity. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 4, 106–110 [in Ukrainian].

## УКРАЇНСЬКИЙ ШОУ-БІЗНЕС У ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: ФОРМИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ АРТИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Мета роботи** – дослідити форми презентації артистичної діяльності в українському шоу-бізнесі під час російсько-української війни; висвітлити способи, якими митці адаптувалися до нових викликів і виявляли свою підтримку Україні. **Методологія роботи.** У дослідженні використано комплексний підхід, який поєднує якісний аналіз емпіричних даних (публічні виступи, інтерв'ю, заяви артистів) та кейс-стаді конкретних форм артистичної діяльності під час війни. Також застосовано методи контент-аналізу для виявлення основних тенденцій і тем у шоу-бізнесі. **Наукова новизна.** Стаття є однією з перших спроб комплексно дослідити трансформацію українського шоу-бізнесу в умовах воєнного часу. У ній висвітлено нові форми артистичної діяльності, що виникли як відповідь на виклики війни, виявлено їх роль у підтримці українського духу та міжнародної солідарності з Україною. **Висновки.** Дослідження демонструє, що український шоу-бізнес зазнав значних змін під час війни, пристосовуючись до нових реалій. Артисти активно долучалися до волонтерської діяльності, благодійних концертів, підтримки Збройних сил України та інформаційної протидії російській пропаганді. Шоу-бізнес став важливим інструментом культурного опору та збереження національної ідентичності в умовах війни. Артисти використовують свою популярність та вплив для поширення достовірної інформації про ситуацію в Україні та залучення міжнародної підтримки. Нові форми артистичної діяльності в онлайн-просторі дали змогу митцям продовжувати свою творчу діяльність навіть в умовах воєнного стану. Українські артисти своєю творчістю зміцнюють моральний дух нації та підтримують військових на передовій. Отже, український шоу-бізнес став потужним голосом України на світовій арені, закликаючи до солідарності та підтримки в боротьбі проти російської агресії.

**Ключові слова:** український шоу-бізнес, російсько-українська війна, форми репрезентації артистичної діяльності, національна ідентичність, культурний опір.

*Kovtun Kateryna, Postgraduate Student, Modern Art Research Institute, National Academy of Arts of Ukraine*  
**Ukrainian Show Business during the Russian-Ukrainian War: Forms of Presentation of Artistic Activity**

**The purpose of the research** is to investigate and analyse the forms of presentation of artistic activity in Ukrainian show business during the Russian-Ukrainian war, highlighting the ways in which artists have adapted to new challenges and showed their support for Ukraine. **The research methodology.** The research uses a comprehensive approach that combines qualitative analysis of empirical data (public performances, interviews, statements of artists) and case studies of specific forms of artistic activity during the war. Content analysis methods were also used to identify the main trends and themes in show business. **Scientific novelty.** The work is one of the first attempts to comprehensively investigate the transformation of Ukrainian show business in wartime conditions. It highlights new forms of artistic activity that arose as a response to the challenges of the war, and examines their role in maintaining the Ukrainian spirit and international solidarity with Ukraine. **Conclusions.** The study demonstrates that Ukrainian show business has undergone significant changes during the war, adapting to new realities. The artists were actively involved in volunteer activities, charity concerts, support of the Armed Forces of Ukraine, and informational opposition to Russian propaganda. Show business has become an important tool of cultural resistance and preservation of national identity in wartime conditions. In addition, the work analyses how artists have used their popularity and influence to spread reliable information about the situation in Ukraine and attract international support. Special attention is paid to new forms of artistic activity in the online space, which allows artists to continue their creative activity even under martial law. The study also highlights the role of Ukrainian artists in strengthening the nation's morale and supporting the military on the frontlines. The work demonstrates how Ukrainian show business has become a powerful voice of Ukraine on the world stage, calling for solidarity and support in the fight against Russian aggression.

**Keywords:** Ukrainian show business, Russian-Ukrainian war, forms of artistic representation, national identity, cultural resistance.

Актуальність теми дослідження. Російсько-українська війна, що розпочалася у 2014 році та набула повномасштабного характеру з 24 лютого 2022 року, суттєво вплинула на всі сфери життя українського суспільства, зокрема й на культурну галузь. Український шоу-бізнес як невід'ємна частина культурного простору держави також зазнав значних трансформацій, адаптуючись до нових реалій воєнного часу. Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю аналізу тих змін, що відбулися у сфері шоу-бізнесу України під впливом воєнних дій, та вивчення нових форм артистичної діяльності, які виникли як відповідь на виклики часу. Більш глибоке вивчення цього питання має важливе значення для розуміння ролі культури у формуванні національної ідентичності та підтримці морального духу суспільства в кризовий період.

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретичною основою дослідження стали статті українських журналістів та колумністів, роботи експертів у галузі культурології, соціології культури та мистецтвознавства. Зокрема, проаналізовано роботи Г. Терещук, М. Мельникова, Т. Міроненко, І. Бойка, А. Шиканової, Т. Кременя, О. Вітвіцького та Д. Панімаша, які досліджують культурні процеси в Україні в умовах соціальних змін. Емпіричну базу дослідження складають матеріали ЗМІ, соціальних мереж, офіційних сайтів артистів, а також публікації та пости щодо культурного споживання в Україні під час війни.

Мета дослідження – дослідити форми презентації артистичної діяльності українських митців у контексті російсько-української війни; висвітлити способи, якими митці адаптувалися до нових викликів і виявляли свою підтримку Україні.

Виклад основного матеріалу. Російсько-українська війна стала каталізатором глибоких змін у структурі та функціонуванні українського шоу-бізнесу. Ці трансформації можна розглядати в кількох ключових аспектах. Перший аспект – зміна пріоритетів і змісту творчості. З початком повномасштабного вторгнення більшість українських артистів переорієнтували свою творчість на воєнну тематику та патріотичні мотиви. Ця тенденція проявилася у створенні нових пісень, присвячених захисникам України, волонтерам, переселенцям та іншим аспектам воєнного життя. Наприклад, гурт «Антитіла» випустив пісню Fortecia, присвячену захисникам Маріуполя, а Святослав Вакарчук створив цілий альбом «Оберіг», натхненний подвигами українських воїнів. Більше того, митці, представники шоу-

бізнесу, стали провідниками культурної дипломатії. На думку продюсера Дениса Путінцева, саме чітка позиція зірок української сцени, відсутність страху називати речі своїми іменами стала запорукою якісних змін у сфері культури [1].

Другий аспект – переформатування концертної діяльності. Традиційні концертні майданчики часто стали недоступними через безпекові обмеження. Це призвело до появи нових форматів виступів, серед яких: онлайн-концерти та стріми, які дають змогу артистам взаємодіяти з аудиторією дистанційно; виступи в метро та бомбосховищах, що стали символом стійкості українського духу; концерти для військових на передовій для підтримки бойового духу захисників.

Багато українських зірок змінили звичний стиль життя на військовий, пішовши в лави Збройних сил України. Серед них: лідер групи «Антитіла» Тарас Тополя (він служив парамедиком у складі 130 батальйону територіальної оборони Кієва), екслідер групи «Тартак» Сашко Положинський (опинився на «нулі» та в напівоточенні, перебуваючи в складі ЗСУ), учасник гурту «Танок на Майдані Конго» («ТНМК») Олег «Фагот» Михайлюта (у перші дні повномасштабного вторгнення вступив до територіальної оборони міста Києва), репер Олександр Ярмач (на початку війни добровольцем пішов у територіальний центр комплектації, а згодом підписав контракт із ЗСУ), актор та кінорежисер Ахтем Сеїтаблаєв (перебував у складі 206 батальйону територіальної оборони міста Києва як пресофіцер), танцюрист і хореограф Дмитро Дікусар (служить у ЗСУ з перших днів вторгнення), режисер та колишній політичний в'язень Олег Сенцов (одразу ж вступив до територіальної оборони, згодом воював у складі військ спеціального призначення, отримав важке поранення), лідер гурту «Бумбокс» Андрій Хливинок (служить у складі окремого підрозділу київського управління патрульної поліції), співак Макс Барських (служив у лавах ЗСУ), музикант та колишній ведучий шоу «Орел і Решка» Коля Серга (проходить службу в Одесі) та ін. [4].

Концерти для підтримки бійців артисти проводять у різних форматах. На передовій виступають мобільні групи «Браво» – невеликі команди музикантів на позашляховиках. Інші концерти відбуваються в тилу: у театрах, концертних залах, на стадіонах, у військових частинах та на полігонах. У цих виступах беруть участь артисти «Кварталу» та інші музиканти. Ініціатива почалася у Львові та Києві, зазначає журналістка Тома Міроненко для видання Forbes. Координацію здійснює відділ культурологічної роботи Центру

морально-психологічного забезпечення ЗСУ. Безпека в таких заходах – головний пріоритет. Артисти часто не знають точного місця виступу, їх супроводжують військові. Фото дозволено публікувати лише через кілька днів. Виступи можуть перерватися в будь-який момент через бойову ситуацію. Але артисти з розумінням ставляться до цих вимог [5].

Третій аспект – зміна економічної моделі. Війна суттєво вплинула на фінансові аспекти шоу-бізнесу. Багато артистів відмовилися від комерційної діяльності на користь благодійності та волонтерства. Наприклад, Сергій Бабкін організував серію благодійних концертів «Збережи життя», кошти з яких були спрямовані на допомогу постраждалим від війни. Продюсер Михайло Ясинський також підкреслює, що війна змінила комерційну модель шоу-бізнесу і наразі на часі гібридні моделі українських лейблів [6].

Війна також вплинула і на репрезентацію зірок у контексті вимог, які часто ставали символічним вираженням їх статусності. Так, редактор розділу «Життя» медіа «Новини PRO» Олег Вітвіцький підкреслює, що вимоги зірок до організації заходів, як і кількість зіркових забаганок, суттєво зменшилися під час війни [2].

Четвертий аспект – інтернаціоналізація діяльності. Вимушена еміграція частини артистів та необхідність привернути увагу світової спільноти до подій в Україні призвели до активізації міжнародної діяльності українських виконавців. Яскравим прикладом є участь Kalush Orchestra у Євробаченні-2022, де гурт не лише переміг, але й використав цю платформу для заклику допомогти Україні. Те саме зробили й Jerry Neil та Alyona Alyona, які здобули третє місце на Євробаченні-2024, заспівавши наповнену символами пісню. До інших зірок, які доєднуються до цієї специфічної форми культурної дипломатії, належать Святослав Вакарчук, Андрій Хливиюк, Тарас Тополя, Олександр Положинський, Іван Леньо, Олег Михайлюта, Yartak, Микола Серга, Макс Барських, Олег Сенцов, Дмитро Дікусар, Ахтем Сеітаблаєв, Олексій Тритенко, Володимир Остапчук, Михайло Ілленко, Даніель Салем, Олексій Суханов, Микита Добринін, Олександр Пікалов та ін. [8].

Тож в умовах війни українські артисти адаптували наявні та розробили нові форми презентації своєї творчості. Розглянемо їх по черзі. Перша така форма – це цифрові платформи та соціальні мережі. Останні стали ключовим інструментом комунікації артистів з аудиторією. Instagram, Facebook, TikTok використовують для прямих трансляцій виступів та спілкування з фанатами, поширення інформації про волонтерські ініціативи та збір

коштів, створення та поширення патріотичного контенту тощо.

Наступна форма – благодійні концерти та акції. Організація благодійних заходів стала однією з основних форм діяльності артистів. Ці події мають подвійну мету: підтримати моральний дух населення та зібрати кошти на потреби армії чи гуманітарну допомогу. Прикладом може слугувати телемарафон «Єдині новини», у якому регулярно беруть участь українські зірки.

Третя форма – міжнародні виступи та колаборації. Українські артисти активно використовують міжнародні майданчики для привернення уваги до ситуації в Україні. Це включає виступи на міжнародних фестивалях та конкурсах, спільні проекти із зарубіжними виконавцями, участь у міжнародних благодійних акціях. Професорка антропології Університету Вашингтона Лада Біланюк вважає, що істоту роль у таких заходах відіграє українська мова, яку просувають артисти. На її думку, громадяни розглядають перехід на українську мову як ефективний спосіб продемонструвати свою солідарність з Україною. Внаслідок російської агресії чимало людей взялися за вивчення рідної мови, а білінгви стали частіше спілкуватися саме українською. Усвідомлюючи історичні обставини поширення російської мови в Україні, багато хто розпочав цей процес ще з подій 2014 року [7]. Такої самої думки дотримується і директор Інституту української мови НАНУ Павло Гриценко [3].

Ще одною формою репрезентації, яка набула неабиякої актуальності та популярності, є мультимедійні проекти. Розвиток технологій дозволяє створювати комплексні мультимедійні проекти, які поєднують музику, відео, інтерактивні елементи. Наприклад, проект про звуки Чорнобаївки Сергія Жадана та гурту «Жадан і Собаки» являє собою аудіовізуальну роботу, що поєднує поезію, музику та документальні кадри.

Нарешті, остання форма репрезентації – вуличне мистецтво та перформанси. В умовах обмежень на масові заходи, вуличні виступи та перформанси стали важливою формою взаємодії з аудиторією. Це дозволяє артистам підтримувати безпосередній контакт з публікою і при цьому дотримуватись безпекових вимог [1].

Розглянемо детальніше діяльність кількох відомих українських артистів у період війни. Один з них – Святослав Вакарчук. Лідер гурту «Океан Ельзи» активно провадить волонтерську діяльність та використовує свою популярність для підтримки України. Він регулярно виступає для військових на передовій, записує нові патріотичні пісні

(«Лютий», «Обійми»), організовує благодійні концерти в Україні та за кордоном, а також бере участь у дипломатичних місіях та зустрічах зі світовими лідерами для підтримки України.

Активну культурну дипломатію здійснює і Джамала. Переможниця Євробачення-2016 використовує свій міжнародний статус для привернення уваги до війни в Україні: це й виступи на міжнародних благодійних концертах, й участь у медійних проєктах, спрямованих на інформування світової спільноти про ситуацію в Україні, і запис нових пісень, присвячених війні («Ми не зламались»).

Від них не відстає і гурт «Антитіла». Учасники гурту поєднують творчу діяльність зі службою в Збройних силах України: вони, зокрема, створюють нові пісні на воєнну тематику, організовують онлайн-концерти та благодійні акції, а також беруть участь у міжнародних проєктах (наприклад виступ на благодійному концерті Ed Sheeran).

Також активно позиціонує себе саме в контексті репрезентації війни через культуру та мистецтво MONATIK. Артист змінив формат своєї діяльності, зосередившись на підтримці української армії та цивільного населення: він зосередився на організації благодійних онлайн-концертів, створенні нового контенту, спрямованого на підтримку морального духу українців, а також на участі в міжнародних проєктах для збору коштів на потреби України [4].

Ці приклади демонструють, як українські артисти адаптували свою діяльність до умов війни, поєднуючи творчість з активною громадянською позицією та волонтерством.

Наукова новизна дослідження полягає в комплексному аналізі трансформацій українського шоу-бізнесу в контексті російсько-української війни та систематизації нових форм презентації артистичної діяльності, що виникли як відповідь на виклики воєнного часу.

Висновки. Підсумовуючи, можемо стверджувати, що російсько-українська війна стала потужним каталізатором трансформації українського шоу-бізнесу. Ці зміни охопили всі аспекти галузі – від змісту творчості до економічної моделі функціонування. Нові форми презентації артистичної діяльності, що виникли як відповідь на виклики воєнного часу, демонструють високу адаптивність та креативність українських митців.

Водночас, ці трансформації висвітлюють потенціал культурної сфери як важливого інструменту національної стійкості та м'якої сили держави в умовах зовнішньої агресії. Досвід українського шоу-бізнесу в період війни може стати цінним предметом подальших досліджень, зокрема в контексті вивчення ролі культури у формуванні національної

ідентичності та забезпеченні національної безпеки в кризових умовах.

Перспективи подальших досліджень у цій сфері включають аналіз довгострокового впливу воєнного періоду на розвиток українського шоу-бізнесу, вивчення трансформації аудиторії та її запитів, а також дослідження потенціалу культурної дипломатії в постконфліктний період.

Проведене дослідження дозволяє зробити низку важливих висновків щодо трансформації українського шоу-бізнесу та форм презентації артистичної діяльності в умовах російсько-української війни. Перше – це переорієнтація змісту творчості. Війна стала каталізатором значних змін у тематиці та спрямованості творчості українських артистів. Спостерігається тенденція до створення контенту з яскраво вираженим патріотичним та соціальним підтекстом. Це свідчить про глибоке усвідомлення митцями своєї ролі у формуванні суспільної свідомості та підтримці морального духу нації в кризовий період.

Друге – диверсифікація форм презентації. Умови війни спонукали артистів до пошуку нових та адаптації наявних форм презентації своєї творчості. Особливо помітним стало зростання ролі цифрових платформ та соціальних мереж, які забезпечили безперервний зв'язок з аудиторією в умовах фізичних обмежень. Онлайн-концерти, стрими, мультимедійні проєкти стали невід'ємною частиною сучасного українського шоу-бізнесу.

Третє – посилення соціальної відповідальності. Більшість українських артистів продемонстрували високий рівень громадянської свідомості, активно долучившись до волонтерської діяльності та благодійності. Це зумовило переосмислення ролі митця в суспільстві – від суто розважальної функції до активного учасника соціальних процесів та агента змін.

Четвертий момент – інтернаціоналізація діяльності. Війна стимулювала вихід українських артистів на міжнародну арену. Це проявилось не лише в збільшенні кількості виступів за кордоном, але й в активному використанні глобальних майданчиків для привернення уваги світової спільноти до подій в Україні. Така діяльність сприяє формуванню позитивного іміджу України у світі та мобілізації міжнародної підтримки.

Наступний аспект – економічна трансформація. Війна суттєво вплинула на економічну модель функціонування шоу-бізнесу. Відбувається відхід від суто комерційної спрямованості на користь соціально орієнтованих проєктів та благодійності. Це потребує пошуку нових

джерел фінансування та переосмислення стратегій монетизації творчості.

Крім того, нові форми репрезентації артистичної діяльності в часи війни спрямовані на розвиток нових компетенцій, посилення ролі в національній безпеці, збереженні культурної ідентичності, інноваціях у форматах взаємодії з аудиторією, а також у психологічній підтримці суспільства.

### Література

1. Бойко І. Український шоу-біз після війни вийде на світовий рівень – продюсер Денис Путінцев. *УНІАН*. 28.03.2022. URL: [https://www.unian.ua/lite/stars/ukrajinskiy-shou-biz-pislya-viyni-viyde-na-svitoviy-riven-putintsev-11762917.html](https://www.unian.ua/lite/stars/ukrajinskiy-shou-biz-pislya-viyni-viyde-na-svitoviy-rivny-putintsev-11762917.html) (дата звернення: жовтень 2024).

2. Вітвицький О. Райдери українських зірок під час війни: від скромних до найвибагливіших запитів. *Новини PRO*. 11.06.2024. URL: <https://novyny.pro/news/zirki/rayderi-ukrajinskih-zirok-pid-chas-viyni-vid-skromnih-do-nayvibaglivishih-zapitiv-4859.html> (дата звернення: жовтень 2024).

3. Кремін Т. Українська мова стала зброєю опору Росії. *LB.ua*. 20.05.2022. URL: [https://lb.ua/blog/taras\\_kremin/517476\\_ukrainska\\_mova\\_stala\\_zbroieyu\\_oporu.html](https://lb.ua/blog/taras_kremin/517476_ukrainska_mova_stala_zbroieyu_oporu.html) (дата звернення: жовтень 2024).

4. Мельников М. Зірки в окопах. Ці артисти проміняли шоу-бізнес на службу в ЗСУ. *РБК-Україна*. 24.08.2022. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/styler/zvezdy-okopah-artisty-promenyali-shou-biznes-1661183508.html> (дата звернення: жовтень 2024).

5. Міроненко Т. Шоу-бізнес на війні. Гумористи, артисти та івент-менеджери влаштовують концерти для військових. Як жарти і музика допомагають на фронті. *Forbes*. 16.05.2022. URL: <https://forbes.ua/inside/shou-biznes-na-viyni-gumoristi-artisti-ta-ivent-menedzheri-vlashtovuyut-kontserti-dlya-viyskovikh-yak-zharti-i-muzika-dopomagayut-na-fronti-16052022-5994> (дата звернення: жовтень 2024).

6. Панімаш Д. Продюсер Михайло Ясинський: про виживання лейблів та моделі бізнесу під час війни. *Слух*. 06.06.2024. URL: <https://slukh.media/texts/interview-yasynskiy/> (дата звернення: жовтень 2024).

7. Терещук Г. «Українська мова злить Росію. Кремль знає, що мова є ідеологічним інструментом» – мовознавець Павло Гриценко. *Радіо Свобода*. 05.11.2022. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/mova-viyna-zaborona-vbyvstvo/32115335.html> (дата звернення: жовтень 2024).

8. Шиканова А. Зірки шоу-бізнесу, які захищають Україну зі зброєю в руках. *РБК-Україна*. 14.04.2022. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/styler/zvezdy-shou-biznesa-kotorye-zashchishchayut-1649928022.html> (дата звернення: жовтень 2024).

[tyler/zvezdy-shou-biznesa-kotorye-zashchishchayut-1649928022.html](https://www.rbc.ua/ukr/styler/zvezdy-shou-biznesa-kotorye-zashchishchayut-1649928022.html) (дата звернення: жовтень 2024).

### References

1. Boiko, I. (2022). Ukrainian Show Business will Reach the World Level after the War – Producer Denys Putintsev. UNIAN. Retrieved from: <https://www.unian.ua/lite/stars/ukrajinskiy-shou-biz-pislya-viyni-viyde-na-svitoviy-riven-prodyuser-denis-putintsev-11762917.html> [in Ukrainian].

2. Vitvitskyi, O. (2024). Riders of Ukrainian Stars during the War: From Modest to the most Demanding Requests. News PRO. Retrieved from: <https://novyny.pro/news/zirki/rayderi-ukrajinskih-zirok-pid-chas-viyni-vid-skromnih-do-nayvibaglivishih-zapitiv-4859.html> [in Ukrainian].

3. Kremin, T. (2022). The Ukrainian Language Becomes Weapon of Resistance to Russia. LB.ua. Retrieved from: [https://lb.ua/blog/taras\\_kremin/517476\\_ukrainska\\_mova\\_stala\\_zbroieyu\\_oporu.html](https://lb.ua/blog/taras_kremin/517476_ukrainska_mova_stala_zbroieyu_oporu.html) [in Ukrainian].

4. Melnykov, M. (2022). Stars in Trenches. These Artists Changed Show Business for Service in the Armed Forces. RBC-Ukraine. Retrieved from: <https://www.rbc.ua/ukr/styler/zvezdy-okopah-artisty-promenyali-shou-biznes-1661183508.html> [in Ukrainian].

5. Mironenko, T. (2022). Show Business at War. Comedians, Artists and Event Managers Organise Concerts for the Military. How Jokes and Music Help at the Frontline. Forbes. Retrieved from: <https://forbes.ua/inside/shou-biznes-na-viyni-gumoristi-artisti-ta-ivent-menedzheri-vlashtovuyut-kontserti-dlya-viyskovikh-yak-zharti-i-muzika-dopomagayut-na-fronti-16052022-5994> [in Ukrainian].

6. Panimash, D. (2024). Producer Mykhailo Yasynskiy: On Survival of Labels and Business Models during the War. Slukh. Retrieved from: <https://slukh.media/texts/interview-yasynskiy/> [in Ukrainian].

7. Tereshchuk, H. (2022). The Ukrainian Language Makes Russia Angry. The Kremlin Knows that Language is an Ideological Tool, – Linguist Pavlo Hrytsenko. Radio Svoboda. Retrieved from: <https://www.radiosvoboda.org/a/mova-viyna-zaborona-vbyvstvo/32115335.html> [in Ukrainian].

8. Shykanova, A. (2022). Show Business Stars who Defend Ukraine with Weapons in their Hands. RBC-Ukraine. Retrieved from: <https://www.rbc.ua/ukr/styler/zvezdy-shou-biznesa-kotorye-zashchishchayut-1649928022.html> [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 09.10.2024  
Отримано після доопрацювання 12.11.2024  
Прийнято до друку 22.11.2024*