



PRINT MEDIA

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.87.14>

The Media Image of a War Veteran in the Regional Online Discourse: Objectivity, Bias and Journalistic Standards

Yuriy Bidzilya, Nataliia Tolochko
Uzhhorod National University, Ukraine

The article examines how regional online media construct the media image of war veterans, focusing on the veterans' representation during the Russian-Ukrainian war. The *relevance of the study* stems from the fact that local media reflect the everyday realities of veterans' lives, while personal stories humanize the war and provide verified narratives capable of countering misinformation. The *aim* of the study is to identify the thematic and conceptual dynamics of veterans' representation in regional online media; to determine the dominant narratives in the local information environment; and to outline potential risks related to disinformation, stigmatization, and distorted portrayals of veterans in the context of contemporary information challenges. The study shows that the media image of Russian-Ukrainian war veterans remains insufficiently explored in Ukrainian scholarship and is addressed only superficially in the scientific discourse of EU countries. More than 1,000 publications on veterans from five leading online media outlets in Zakarpattia were analyzed. Materials that deviated from balanced reporting – those containing negative connotations, excessive heroization, or exemplary adherence to journalistic standards – were examined in greater detail. The *findings* indicate that regional journalists actively report on opportunities for veterans, their participation in events, and relevant social issues. However, most content on news platforms is reprinted from other sources, while original reporting and analytical materials on veterans' topics remain scarce. The article proposes approaches to improving the objectivity of veterans' media representation and establishes a correlation between media coverage of veterans' issues and the level of societal support for them.

Keywords: media image, regional media, war veterans, journalism standards, stigmatisation

Citation: Бідзіля, Ю., Толочко, Н. (2025). Медіаобраз ветерана війни в регіональному онлайн-дискурсі: об'єктивність, упередженість та стандарти журналістики. *Наукові записки інституту журналістики*, 87(2), 175–189. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.87.14>

Copyright: © 2025 Юрій Бідзіля, Наталія Толочко. This is an open-access draft article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution, or reproduction in other forms is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution, or reproduction is permitted if it does not comply with these terms.



ДРУКОВАНІ МЕДІА

Медіаобраз ветерана війни в регіональному онлайн-дискурсі: об'єктивність, упередженість та стандарти журналістики

Юрій Бідзіля, Наталія Толочко

ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Україна

У статті проаналізовано специфіку формування медіаобразу ветерана війни в регіональних онлайн-медіа. *Актуальність дослідження* підсилюється тим, що в місцевих ЗМІ відображається реальний контекст життя ветеранів, а особисті історії персоніфікують війну. Вони слугують джерелом реальних, перевірених наративів, здатних протистояти фейкам про ветеранів. Відповідно, *метою* розвідки є виявлення тематичної, концептуальної динаміки, проблемних питань репрезентації медіаобразу ветерана російсько-української війни в регіональних онлайн-медіа через аналіз специфіки формування; визначення наративів, що домінують у локальному інформаційному просторі, характеристика потенційних ризиків дезінформації, стигматизації й деформованої репрезентації ветеранів у контексті сучасних інформаційних викликів. Доведено, що проблематика медійного образу ветеранів російсько-української війни є малодослідженою в українській науці. В науковому дискурсі країн ЄС також достатньо поверхово розглядається проблематика медійного образу ветерана російсько-української війни. У процесі дослідження оглянуто понад 1000 публікацій про ветеранів і ветеранок у п'яти впливових онлайн-медіа Закарпаття. Докладно проаналізовано й описано ті, в яких спостерігаються певні відхилення від норми – з негативною конотацією, надмірною героїзацією та приклади з дотриманням журналістських стандартів. *Результати* демонструють, що журналісти регіональних ЗМІ оперативно повідомляють про можливості для ветеранів, заходи за їхньої участі, соціальні питання, утім більшість матеріалів на новинних ресурсах є передруками з інших медіа, натомість оригінальних публікацій, аналітичних матеріалів про проблеми ветеранів досить мало. Запропоновано підходи для розв'язання проблеми формування об'єктивного медіаобразу ветерана війни. Встановлено відповідність між інформаційним висвітленням питання ветеранів та їхньою підтримкою на різних рівнях у суспільстві.

Ключові слова: медіаобраз, регіональні медіа, ветерани війни, стандарти журналістики, стигматизація

Ветерани стають важливими учасниками громадського життя, носіями унікального досвіду та моральними авторитетами, що підтверджують дослідження про довіру до них

Юрій Бідзіля  <https://orcid.org/0000-0001-5134-3239>

Наталія Толочко  <https://orcid.org/0000-0002-9828-9687>

Стаття є результатом дослідження в межах НДР кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет». Юрій Бідзіля, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, має значний досвід дослідження у галузі соціальних комунікацій, вивчає проблеми етнотолерантності в медіа, специфіку формування медіаобразу прикордонного поліетнічного регіону. Наталія Толочко досліджує регіональні онлайн-медіа, становлення і розвиток телебачення на Закарпатті, медіаландшафт в умовах війни, має досвід практичної діяльності в журналістиці.

Автори заявляють про відсутність конфлікту інтересів. У розробленні дослідження, зборі, аналізі чи інтерпретації даних, у написанні рукопису спонсори участі не брали.

Електронна адреса автора для листування: Наталія Толочко nataliia.tolochko@uzhnu.edu.ua



(Returning Home, 2022, Образ ветеранів, 2024; Стигматизація ветеранів і ветеранок, 2025). За неофіційними підрахунками кількість ветеранів в Україні перевищує 1,2 млн осіб¹⁹. У побуті вони стикаються з комплексом нагальних проблем, які охоплюють психологічну, соціальну, економічну та правову сфери. До цього додаються труднощі соціальної адаптації, зокрема стигматизація, ізоляція та нерозуміння з боку цивільного населення. Так, 96% українців довіряють ветеранам АТО, які зараз знову воюють, 91% довіряють ветеранам поточної війни, а 88% довіряють ветеранам АТО (ООС) 2014–2021 років. 78% опитаних вважають, що суспільство сьогодні поважає ветеранів (Образ ветеранів, 2024). Водночас формування образу ветерана залежить від інформаційної політики медіа та його власника, де захисників і захисниць змальовують по-різному: трапляються і випадки стигматизації, і надмірної героїзації, до чого самі захисники не прагнуть. Так, аналітикиня Українського ветеранського фонду А. Селянінова зазначає, що «образ ветерана чи ветеранки в медіа є дуже відносним: іноді він стигматизує, іноді – викривляє, іноді – формує упередження»²⁰; голова ГО «Побратими» А. Денисов вважає, що «журналістам слід зробити все, щоб ветеранів перестали боятися; потрібно акцентувати увагу на сильних аспектах, аби виростити здорове й безпечне суспільство»²¹.

У багатьох загальнонаціональних опитуваннях ветеранів звертають увагу також на медійний дискурс, однак окремого аналізу представлення учасників бойових дій (УБД) та формування медіаобразу у регіональних інформаційних ресурсах не вистачає. В цьому контексті дослідження медіаобразу ветерана в онлайн-виданнях Закарпаття є актуальним, зокрема і з огляду на виклики інформаційної безпеки прикордонного поліетнічного регіону, аспекти професійної етики журналістики та соціальну відповідальність медіа. В регіоні також відчутний чи не найбільший інформаційний вплив сусідніх країн та сформовано специфічний, частково негативний медійний образ регіону (Bidzilya, Solomin, Tolochko et. al., 2020), поширені стереотипи, що може позначитися на формуванні громадської думки та виробити упереджене ставлення до ветеранів. Важливо в перспективі дослідити матеріали про захисників, що не є українцями за етнічною ознакою, щоб з'ясувати, як їх презентують у медіа. За офіційними даними, на Закарпатті найменша кількість ветеранів – понад 15 тис²². Імовірно, що це число не можемо вважати цілком точним, оскільки кількість ветеранів у кожному регіоні України щодня збільшується.

Актуальність дослідження медіаобразу захисників і захисниць у регіональних медіа підсилюється тим, що в місцевих ЗМІ чутливіше відображається реальний контекст життя ветеранів, а особисті історії персоніфікують війну. В контексті інформаційної безпеки такі історії слугують джерелом реальних, перевірених наративів, здатних протистояти фейкам про ветеранів. Ці матеріали важливі для збереження колективної пам'яті та конструювання світоглядного сприйняття війни, що сприяє глибшому розумінню складних історичних і соціальних процесів. Одночасно вони підсилюють патріотичне виховання, підтримують моральний дух суспільства і допомагають долати різноманітні травми.

Мета дослідження – виявити тематичну, концептуальну динаміку, проблемні питання репрезентації медіаобразу ветерана російсько-української війни в закарпатських онлайн-

¹⁹ URL: <https://armyinform.com.ua/2025/02/19/v-ukrayini-ponad-12-mln-veteraniv-gromadyanske-suspilstvo-dopomagaye-derzhavi-v-yih-adaptacziyi-ta-praczevlashtuvanni-oksana-kolyada/>

²⁰ URL: https://zn.ua/ukr/war/poza-herojichnimi-sjuzhetami-chomu-media-herojizatsija-veteraniv-mozhe-zbilshiti-barjer.html?utm_source=chatgpt.com

²¹ URL: https://zn.ua/ukr/war/poza-herojichnimi-sjuzhetami-chomu-media-herojizatsija-veteraniv-mozhe-zbilshiti-barjer.html?utm_source=chatgpt.com

²² URL: https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine/eu-and-undp-provide-support-veteran-reintegration-forum-zakarpattia-oblast_en?page_lang=uk&s=232



медіа через аналіз специфіки формування; визначити наративи, що домінують у локальному інформаційному просторі, схарактеризувати потенційні ризики дезінформації, стигматизації й деформованої репрезентації ветеранів у контексті сучасних інформаційних викликів.

Теоретичне підґрунтя

Проблема сприйняття військових ветеранів громадськістю в різних країнах була й залишається загостреною і чутливою незалежно від суспільно-економічного стану країни. Важливим у дослідженні досвіду медіависвітлення життя ветеранів є дослідження американських науковців, позаяк США мають найбільший досвід та найдовшу тяглість у питаннях адаптації військових до мирного життя та формування суспільної думки через ЗМІ. Дослідники зі США звертають увагу на те, що «ветерани, ветеранські організації та громадськість критикують засоби масової інформації за те, що вони надають поверхневі уявлення про ветеранів та військову службу, в яких ветерани є героями, травмованими психічно та/або фізично своєю службою» (Parrott, Albright, & Eckhart, 2021). Попри велику кількість наукових досліджень та емпіричних практик щодо цієї проблеми в США в порівнянні з Україною, автори розвідки вважають, що вплив такого контенту на громадське сприйняття американських ветеранів вивчено недостатньо. До цього ж питання звертаються дослідники у розвідці про медіарепрезентації військового та поствійськового життя у британському інфопросторі (Parry, & Pitchford-Hyde, 2022). Автори порушують проблему формування негативних або оманливих стереотипів щодо ветеранів серед громадськості, які можуть перешкоджати їхній успішній реінтеграції, та як медіа репрезентують уявлення і культуру ставлення до ветеранів, який характер ідентичності проєктують ЗМІ у відповідях через соціопитування. Науковці підтверджують занепокоєння інших дослідників (Kleykamp & Hipes, 2015; McCartney, 2011; Parrott et al., 2019; Schmidt, 2020) щодо стереотипного представлення ветеранів як «божевільних, поганих або нещасних» та вбачають вихід у тому, щоб збільшити кількість досліджень і консультацій з ними, уважніше ставитися до ветеранів з ПТСР, а медійникам – якісніше дотримуватися балансу між висвітленням важливих питань, репрезентуючи реалістичність життя багатьох військових після закінчення служби. Дослідження данських науковців ґрунтується на інтерв'ю з ветеранами та доводить, що «поранені ветерани не відчувають себе визнаними та поважними як цінні члени данського суспільства» (Krause, Christensen, Svendsen, 2024). Автори доходять висновку, що «навіть у високоінклюзивному суспільстві загального добробуту громадяни можуть почуватися маргіналізованими та виключеними, особливо громадяни, яких публічно представляють як виняткових та особливо цінних за їхній внесок у суспільство» (Krause, Christensen, Svendsen, 2024).

В науковому дискурсі країн ЄС достатньо поверхово розглядається проблематика медійного образу ветерана російсько-української війни. Частіше приділяють увагу питанням ВПО (Matulić & Škokić, 2024), геополітичній ролі ЄС (Quintanal, Boulos, & Radeljić, 2023), європейській інтеграції України в умовах російської агресії (Capati, 2025), медійному висвітленню підтримки міжнародними інституціями України під час війни (Parížek, 2023). Тракткування подій війни у 2014–2022 рр. у закордонних медіа було неоднозначним, що підтверджують численні закордонні розвідки. Негативні наслідки такого нерозуміння причин і сутності конфлікту були відчутні й на початку повномасштабної війни як у європейських медіа, так і в дослідженнях. Відповідно, ветеранів першого етапу війни можуть сприймати по-різному. До прикладу, дослідження про початок війни в 2014 р. на сторінках газет у 13 європейських країнах продемонструвало, що увага до конфлікту значно варіювалася, що залежало як від географічної віддаленості, культурних особливостей, так і від нестачі об'єктивної інформації, фактів та впливу російської пропаганди (Fengler, Kreutler, Alku et al., 2018). В іншому дослідженні ЗМІ чотирьох країн – України, Росії, Польщі та Швеції –



також було виявлено значні відмінності у зародженні конфлікту та виборі мовленнєвих засобів для репрезентації (Nygren, Glowacki, Hök et. al., 2016).

Контраверсійна та недостатньо аргументована думка щодо притоку іноземних бойовиків з Європи до України для вдосконалення на полі бою представлена в одній із наукових розвідок (Kaunert, MacKenzie, & Léonard, 2023). Автори припускають, що ультраправі бойовики, імовірно, набули «нових навичок, включаючи бойовий досвід, що може допомогти їм планувати та проводити терористичні атаки, крім того, можливо, розвинули свої мережі, придбали зброю та боєприпаси, а також побачили зростання статусу та лідерства у своїй громаді» (Kaunert, MacKenzie, & Léonard, 2023). І хоч вказано, що кількість таких осіб не є загрозливою, однак проведення подібних паралелей сприяє формуванню стереотипу про «міфічних ультраправих в Україні» та підсилює пропагандистські тези росіян – «нацисти в Україні», а от обґрунтування проблеми через російські джерела якраз свідчить, що такий підхід і є продовженням російської пропаганди через академічну царину. Роботі, оприлюдненій у 2023 р., бракує наукової доказовості: не зазначено числа осіб, що заїхали з Європи, воюють на боці України та мають ультраправі погляди, а присутність таких іноземців дослідники чомусь намагаються підтвердити даними 2011–2015 рр.

Посильний внесок у дослідження воєнного медіадискурсу роблять українські науковці. Так, розвідка О. Брусиловської, І. Максименко (2023) розкриває «роль ЗМІ у створенні та поширенні кремлівських наративів як інструменту легітимізації війни проти України та маніпуляції свідомістю громадян в обох країнах» (Brusylowska & Maksymenko, 2023). Авторки висновують, що Росія використовує наративи в медіа для переформатування як російської, так і української регіональної ідентичності. Відповідно, коли нівелюють заслуги ЗСУ, наслідки неповаги відчувають і ветерани. Дослідник Р. Горбик (2020) порушує проблему нових форм управління медіа, аналізує візуальну складову під час першого етапу війни на Сході, коли цифрові технології допомагали популяризувати збройний конфлікт з усіма жакливими її наслідками: тортурами, знущаннями. Актуальність і тяглість цієї проблеми засвідчують перманентні появи відеодоказів зі сценами знущань російських військових над українськими полоненими та вбивств, що з'являються в соціальних мережах, закритих телеграм-каналах.

Розв'язання проблеми пережитого військовими потребує вироблення стратегії адаптації до життя в тилу та після завершення війни. О. Павлова (2023) на підставі соціологічних опитувань вказує на «необхідність подальшої розбудови ветеранського руху в країні з орієнтацією на кращі закордонні практики з метою трансформації ветеранського руху сформованого за радянських часів» (Павлова, 2023, с. 18), а також підвищення дієвості державних соціальних інституцій, що опікуються ветеранами, хоча думка дослідниці потребувала би конкретизації. Натомість О. Нестуля слушно зауважує, що «неможливо повністю застосувати досвід будь-якої з країн в Україні через численні особливості, які необхідно враховувати під час розробки державної стратегії щодо реінтеграції ветеранів війни» (Nestulya, 2025, с. 122).

Серед країн, досвід яких може бути використаний у питаннях провадження ветеранської політики, найбільш релевантним, на нашу думку, є американський. Інституції цієї країни мають тривалу практику подолання складних повоєнних травм та комплексної підтримки ветеранів, їхнього повернення до громадського життя. Використання ефективного досвіду США подано в аналітичному звіті за результатами опитування УБД. Співпраця між Хорватією та Україною у сфері психологічної реабілітації та професійної адаптації дає змогу використати досвід військових Югославської війни та застосувати його в Україні.

Наслідуючи «хорватську модель», українські ветерани [...] можуть зайняти особливе місце в колективній пам'яті «європейської України», як герої, що борються за незалежність,



суверенітет і територіальну цілісність України, а чому б і не за реалізацію політичних цілей країни – членства в ЄС та НАТО» (Asenov, 2021).

Гіпотеза дослідника щодо прискореного руйнування російсько-українських зв'язків за посередництва ветеранів виявилася виправданою.

Дослідження соціально-політичних змін, потреб ветеранів, ставлення до них подаються у щорічних аналітичних звітах (2022–2025 рр.)²³ на підставі соціологічних опитувань, контент-аналізу медіа, що дає змогу осмислити ключові сфери, які формують повоєнне життя УБД та простежити трансформацію образу ветерана в інформаційному просторі України. В опитуванні 2024 р. спостерігаємо зменшення позитивної тенденції щодо виконання державою зобов'язань: від 15% (2022 р.) до 3 % (2024 р.), та від 55% (2022 р.) до 22% (2024 р.) – ставлення суспільства до УБД.

Зважаючи на те, що в матеріалах регіональних медіа про ветеранів йдеться як про людей, з якими знайома громада як сусідами, мешканцями міста, людьми з сусідньої вулиці, спостерігається вищий рівень довіри та підзвітності, бо факти можуть бути швидко перевірені місцевими жителями (Möhring, 2019). Така близькість забезпечує глибше розуміння локального контексту, дозволяє виявляти проблеми, не охоплені загальнонаціональними ЗМІ, і сприяє посиленню громадянської участі. Саме локальна інформація найбільше впливає на повсякденне життя людей і є основою здорового громадянського суспільства (Barnett, Murdoch, & Townend, 2022).

Дослідження презентації регіональними медіа проблем ветеранів в академічному сегменті України представлено невеликою кількістю розвідок, хоча наукові відзначають достатньо високу частотність телевізійного контенту в закарпатському телепросторі за участю бійців Збройних сил України, ветеранів, відеонекрологи, відеонариси про загиблих (Шаповалова, Шебештян, Толочко, 2024, с. 422). Натомість за спостереженнями І. Хлистуна (2024) на каналі «Суспільне Черкаси» у 2023 р. тема українських військових та їхніх родин висвітлена у 34 матеріалах, що складає всього 7,3%. У публікації Л. Хижняк, В. Сичової (2024) розглянуто архетипний підхід до соціальних комунікацій в реінтеграції ветеранів війни до мирного життя. Погоджуючись із думкою про те, що «образ ветерана російсько-української війни виступає елементом-посередником комунікативної взаємодії з самими ветеранами і ветеранів з навколишнім світом (близьким оточенням, інституціями)», було б доречно продемонструвати це наочно за допомогою аналізу відповідного емпіричного матеріалу.

Метод

У процесі вивчення проблематики формування медіаобразу ветеранів використано міждисциплінарний підхід, оскільки тема лежить у площині соціальних комунікацій, медіапсихології, політології, соціології, правознавства, соціолінгвістики тощо. Методом контент-аналізу досліджуємо матеріали у регіональних онлайн-медіа. Емпіричні джерела відібрано методом пошуку за ключовими словами через пошукову систему, методом ідентифікації найбільш частотних концептів та безпосередньо методом аналізу матеріалів на сайтах Закарпаття. Проаналізовано масив публікацій з 2014 до серпня 2025 рр. п'ятьох локальних онлайн-медіа: «Mukachevo.net», «Varosh», «Карпатський телеграф», «Новини Закарпаття», «Голос Карпат». За ключовими словами «ветерани», «ветеран», «ветеранка» на кожному сайті відібрано та схарактеризовано публікації, які запропонувала пошукова система. Від них відсортовано матеріали про ветеранів спорту, праці, правоохоронних структур. Зважаючи на те, що формування медіаобразу УБД сучасної війни значно відрізняється від образу ветеранів Другої світової та війни в Афганістані, матеріалам про них увага приділялася

²³ URL: <https://veteranfund.com.ua/analitics/>



лише побіжно. Опрацьовано таку кількість публікацій: «Mukachevo.net» – 350, «Varosh» – 120; «Новини Закарпаття» – 55, «Карпатський телеграф» – 90; «Голос Карпат» – 420. Детально проаналізовано й описано ті, в яких спостерігаються певні відхилення від норми – з негативною конотацією, надмірною героїзацією та приклади з дотриманням журналістських стандартів. Порівняльно-історичний метод використано для вивчення досвіду реінтеграції та формування позитивного медіаобразу ветерана у США та Хорватії.

Результати та обговорення

Як свідчать результати наукового моніторингу, проблема учасників бойових дій розглядається крізь призму соціології, політології, соціального забезпечення, однак комплексно репрезентація ветерана війни в медіа не була досліджена. Натомість саме кут подачі інформації про військових, а також журналістська об'єктивність, професійна етика медійника є підґрунтям до результатів соціологічних опитувань, політичних висновків та навіть соціального забезпечення УБД. Проведене в 2019 році соціологічне дослідження фіксує, що «регіональні особливості спонукають виокремлювати Західний регіон як такий, який має більш позитивне ставлення до ветеранів та їхніх ролей у суспільстві» (Марценюк, Квіт, 2019). Одразу після повномасштабного вторгнення, у 2022 році, спостерігалася більш позитивна динаміка щодо ставлення до ветеранів: 64 % респондентів у першу чергу відчували вдячність та 50 % – гордість (XVI загальнонаціональне опитування, 2022). Утім у наступні роки російсько-української війни змінилися суспільні настрої щодо ветеранів, у ставленні до них відчувається певна дискримінація. Так, в опитуванні 2025 р. захисники і захисниці назвали такі ключові стереотипи, з якими стикаються: уявлення про нібито притаманну їм агресію, психоемоційну нестабільність, радикальний націоналізм, меркантильну мотивацію до служби, а також схильність до насилля. Зафіксовано жалість, а не з повагу до ветеранів з ампутаціями, зосередження уваги не на їхньому досвіді внаслідок участі в бойових діях, а на пораненні як основній характеристиці. З іншого боку, деякі респонденти зазначали, що, навіпаки, рівень поваги та емпатії до УБД з інвалідністю зріс, і суттєвої стигматизації не було помічено (Стигматизація ветеранів і ветеранок, 2025).

У контексті формування медіаобразу ветерана Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення у 2024 р. відзначала подання необ'єктивної інформації і негативні тенденції до применшення ролі військових²⁴. Неординарність нашого дослідження полягає в тому, щоб розглянути медіаобраз ветерана в регіоні, що не тільки географічно віддалений від бойових дій, а про який створено і чимало суспільно-політичних міфів²⁵: сепаратизм, контрабанда, «руси́нів», а також сучасних – про регіон «без війни»²⁶, ухиливтів тощо. Хоча поширені стереотипи щодо Закарпаття спростовуються соціологічними дослідженнями²⁷. За таких інформаційних обставин вивчення проблеми презентації захисників і захисниць у закарпатських медіа постає надзвичайно актуальним.

Одразу зазначимо, що місцевий сегмент представлений переважно матеріалами, де презентується толерантне ставлення до військових і ветеранів. Про це, зокрема, свідчить аналіз телевізійних матеріалів з цієї тематики у регіональних телевізійних медіа (Шаповалова, Шебештян, Толочко, 2024). Логічним є те, що медіа висвітлюють програми підтримки ветеранів та членів їхніх сімей, які спрямовані на соціальний захист, психологічну та правову допомогу, професійну адаптацію та працевлаштування. Підтримка ветеранської політики

²⁴ URL: <https://webportal.nrada.gov.ua/veterany-v-media-bachyty-rozpovidaty-dopomagaty/>

²⁵ URL: <https://tyzhden.ua/mify-pro-zakarpattia/>

²⁶ URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GVIbnBZume0>

²⁷ URL: <https://varosh.com.ua/projects/sprostovuyuchy-sterotypy-shho-turbuyta-chogo-pragne-zakarpattya/>



декларується Закарпатською ОВА, а повідомлення про можливості для УБД регулярно публікують усі розглянуті медіа. Утім аналіз програм і перспектив з долученням думок самих військових знаходимо тільки на окремих сайтах²⁸. Натомість ветерани «часто стикаються з бюрократичними перепонами під час отримання державної допомоги, а багато урядових ініціатив є формальними, неефективними та не відповідають реальним потребам» (Виклики, потреби та перешкоди, 2025). До прикладу, в одній із публікацій військовий так окреслює суспільно важливі проблеми: «Закарпаття – особливий регіон, де потрібна особлива увага до ветеранів. Тут фізично війни не відчувають. Я в цьому переконаний, бо чую, про що говорять люди і про що жартують, як ставляться до військовослужбовців, працівників ТЦК. Процес адаптації на Закарпатті відрізняється від процесу адаптації в інших регіонах»²⁹.

Спостерігаємо процес самоорганізації та саморегулювання ветеранського руху, що виявляється у різноманітних формах участі УБД у громадсько-політичному житті держави. Частина з них обрана до складу міських, обласних рад, а також новостворених об'єднаних територіальних громад. Прикладом для регіональних осередків ветеранського руху є діяльність тих учасників бойових дій, які стали народними депутатами, займають активні позиції в політичних партіях³⁰. Близько 70% опитаних респондентів позитивно ставляться до участі ветеранів російсько-української війни у політиці та виборах: «понад 46% [...] віком від 50 років позитивно ставляться до участі ветеранів у політиці, в той час як для українців віком від 18 до 29 років цей показник складає 37%». Небезпеку зловживання званням ветерана для досягнення політичних цілей у майбутніх суспільних процесах в Україні прогнозують і самі військові: «в майбутньому буде велика кількість прикладів ганебного використання захисників і ветеранів для лобіювання тих чи інших політичних інтересів»³¹. У медіа спостерігаються матеріали з ознаками політичної маніпуляції та «джинси»: «Новий спортивний центр для ветеранів відкрився на Закарпатті за підтримки Офісу Президента»³².

Соціологи також фіксують надмірну героїзацію ветеранів, що така ж шкідлива, як і стигматизація. Вона формує завищені очікування та може призвести до розчарування, стати причиною перекладання відповідальності за безпеку й стійкість держави. Ветерани вказують на поодинокі приклади «героїзації тих, хто цього не заслуговує, і відсутність визнання вчинків тих, хто заслужили на пошану. Подібні випадки викликали обурення у респондентів і спричиняли скептичне ставлення до героїзації» (Стигматизація ветеранів і ветеранок, 2025, с. 31). В закарпатському медіапросторі також трапляються матеріали з надмірною героїзацією, щоправда, здебільшого на рівні заголовків. Помітна частотність у медіа «Новини Закарпаття»: «Нескорений дух: Ветеран з Рахівщини разом із сином виготовляють унікальні деталі для дронів ЗСУ (ФОТО)»³³, «ДСНС Закарпаття запрошує ветеранів: Ваша сила потрібна і в тилу!»³⁴, «Ветерани – рушій сили відбудови: як Закарпаття підтримує

²⁸ URL: <https://varosh.com.ua/projects/misiya-podolaty-byurokriy-u-abo-chomu-programy-pidtrymky-veteraniv-v-uzhgorodi-ta-na-zakarpatti-potribno-pokrashhuvaty/>

²⁹ URL: <https://varosh.com.ua/projects/yak-veteranam-povernutysya-do-zyvilnogo-zhyttya-j-roboty-dosvid-semena-mahlina/>

³⁰ URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/miscevi-vybory-veterany-deputaty/30992570.html>

³¹ URL: <https://varosh.com.ua/projects/dijte-z-rozumom-poglyad-vijskovykh-iz-frontu-na-problemy-zakarpattya-i-jogo-majbutnye/>

³² URL: <https://transkarpatia.net/transcarpathia/politic/188732-novij-sportivnij-centr-dlja-veteraniv-vidkrivsja-na-zakarpatti-za-pidtrimki-ofisu-prezidenta.html>

³³ URL: <https://transkarpatia.net/transcarpathia/our-news/190753-neskorenij-duh-veteran-z-rahivschini-razom-iz-sinom-vigotovljajut-unikalni-detali-dlja-droniv-zsu-foto.html>

³⁴ URL: <https://transkarpatia.net/transcarpathia/social/192125-dsns-zakarpattja-zaproshuye-veteraniv-vasha-sila-potribna-i-v-tilu/amp.html>



захисників у працевлаштуванні та бізнесі»³⁵, «Від фронту – до служби в поліції: історія незламного Станіслава із Закарпаття»³⁶.

Загалом, як зазначено вище, матеріали про ветеранів у закарпатських онлайн-медіа мають об'єктивний та неупереджений стиль викладу, утім спостерігаємо і вживання стереотипних або емоційно забарвлених формулювань – частіше це проявляється у клікбейтних заголовках. До прикладу, негативні асоціації викликає назва «Ветеран-безхатько: історія воїна АТО, який мандрує Карпатами (ВІДЕО)»³⁷. Однак після прочитання короткого змісту публікації стає зрозуміло, що в чоловіка є дім, але на окупованій території Луганщини, куди він не може і не хоче повертатися, тому його формально називають безхатьком. Заради об'єктивності варто зазначити, що публікація є рерайтом з сайту «Hromadske», де назва теж не зовсім етична: «"Я не такий, як більшість бомжів": історія ветерана-бездомного».

Негативні суспільні тенденції вбачаємо у проявах агресії щодо УБД серед громадян, а з іншого боку – використання ветеранського статусу для досягнення власних корисливих цілей. Матеріали про подібні ситуації зафіксовано на сайті «Mukachevo.net» – «ЗМІ: У Франківську закарпатські заробітчани побили АТОВця, який зробив їм зауваження (ВІДЕО)»³⁸. Тут покликаються на інше медіа й очевидців, при цьому не дають гіперлінк для перевірки, що є порушенням стандарту достовірності. Кримінальний випадок – підрив гранати в приміщенні сільради – також поширювався в медіа з неприємним контекстом щодо ветеранів³⁹. Депутат-підривник не був військовим і ніколи не брав участі в бойових діях на фронті, але називав себе УБД, що згодом спростував його односельчанин – справжній ветеран. Однак траплялися й протилежні ситуації, коли військовий був змушений доводити свій статус у протистоянні працівникам ТЦК, які не повірили йому і повелися нахабно. Ситуація отримала значний розголос у медіа – на сайтах і в соцмережах. Відтак працівників ТЦК змусили публічно попросити вибачення у ветерана за недостойну поведінку. Медіа висвітлювали ситуацію, щоправда, дехто зловживав сенсаційністю й порушував стандарти балансу інформації⁴⁰. У фейсбуці, на сторінці «Ветеранського хабу», під відеовибаченням – понад 700 реакцій і більше 300 коментарів на підтримку військового. У соціальних мережах загалом спостерігається тенденція до стигматизації ветеранів. Прикладом є публікація про трагічний випадок у Чехії, що стався з УБД І. Німцем⁴¹. Медіа «Mukachevo.net» на своїй сторінці у фейсбуці збило понад 3 сотні реакцій, майже 120 поширень, а серед коментарів трапляються негативні, в яких загиблого порівнюють із людьми, що вживають алкоголь і провокують конфлікти. Дискредитували ветеранів АТО і як посередників у земельних справах – прикладом є передрук на сайті «Голос Карпат» із проросійського медіа «Страна»: «"На АТОшників оформляють цілі поля". Як запуск ринку землі активізував схеми по її безоплатній приватизації, – Страна»⁴².

³⁵ URL: <https://transkarpatia.net/transcarpathia/social/191871-veterani-rushij-sili-vidbudovi-jak-zakarpattja-pidtrimuye-zahisnikiv-u-pracevlashtuvanni-ta-biznesi.html>

³⁶ URL: <https://transkarpatia.net/transcarpathia/social/192684-vid-frontu-do-sluzhbi-v-policii-istorija-nezlamnogo-stanislava-iz-zakarpattja.html>

³⁷ URL: https://mukachevo.net/news/veteran-bazkhatko-istoriia-voyina-ato-iakvy-mandruye-karpatamy-video_2107503.html

³⁸ URL: https://mukachevo.net/news/zmi-u-frankivsku-zakarpatski-zarobitchany-pobyly-atovtsia-iakvy-zrobyv-yim-zauvazennia-video_1463716.htm

³⁹ URL: https://mukachevo.net/news/zakarpatskyy-deputat-pidryvnyk-ne-sluzhiv-i-ne-buv-na-viyni-a-navpaky-oformyv-opikunstvo-nad-starenkoiu-mamoiu_5930216.html

⁴⁰ URL: <https://transkarpatia.net/transcarpathia/different/191631-skandal-na-zakarpatti-pracivniki-tck-scho-prinizili-veterana-osobisto-vibachilis-pered-nim-video.html>

⁴¹ URL: <https://www.facebook.com/Mukachevo.net/>

⁴² URL: <https://goloskarpat.info/analytics/5dd2ecde22423/>



Кричущий випадок протистояння ветеранів бюрократії, а також проблеми з корупцією описано в матеріалі «"Мав ногу відрізати": військовому ЗСУ дали шокуючу пораду в медико-соціальній експертній комісії»⁴³. Щоправда, у тексті покликаються на розповідь ветерана у фейсбуці, але гіперлінків для перевірки достовірності немає, як і покликання на цитоване медіа, чого вимагає професійна журналістика. Подібні публікації тільки поглиблюють суспільне невдоволення окремими державними структурами та посилюють стереотип про неефективність більшості інституцій, які повинні допомагати військовим, а в результаті лише ускладнюють їм життя. Позитивно, що медійники звертають увагу на випадки несправедливого ставлення до людей, утім робити це слід ретельно, з дотриманням стандартів журналістики. Зловживання темою УБД спостерігаємо і в деяких матеріалах про ветеранів, де їх згадують лише побіжно, користуючись загостреним сприйняттям проблеми суспільством. Прикладом є публікація «Бізнес для ветеранів і не тільки»⁴⁴, в якій рекламують систему автоматизації роботи автомагазинів та СТО, при чому уникають маркування статті як рекламної.

Прагнення медійників привернути увагу за допомогою сумнівних художніх засобів призводить до некоректності та неповної відповідності заголовку – змістовому наповненню: «На Закарпатті чотирилапі антидепресанти лікуватимуть ветеранів (ФОТО, ВІДЕО)»⁴⁵. Насправді в матеріалі йдеться про програму для психоемоційної реабілітації воїнів за допомогою спеціально навчених собак із застосуванням методів каністерапії. Утім із заголовку не зрозуміло, про яких чотирилапих ідеться, одночасно назва може поглиблювати наратив про те, що всі ветерани хворі і їх обов'язково потрібно лікувати антидепресантами. Приклад коректного висвітлення такої теми зафіксовано у медіа «Карпатський телеграф» – «"Собака для ветерана": історія Дмитра та його улюбленця Блека»⁴⁶.

В регіональних медіа трапляється стигматизація ветеранів як осіб, що мають схильність до кримінальних правопорушень, що спостерігалось до повномасштабної війни. Так, колишнього ветерана батальйону «ОУН» і батальйону (роти) «Свята Марія» підозрювали в організації підризу офісу Товариства угорської культури Закарпаття (КМКС) в Ужгороді 27 лютого 2018 року⁴⁷. Серед підозрюваних були ще 2 ветерани АТО. Медійники акцентують увагу на тому, що виконавці були військовими, ветеранами АТО. Утім журналісти не відстежують хронологію розвитку події, не вказують, що були дві спроби підпалу, що слід тягнеться з Росії, а виконавцями злочину були поляки. Згодом організатором суд назвав іноземця, близького до неонацистської організації «Фаланга» та непарламентської проросійської польської партії «Зміна», з двома його спільниками⁴⁸. Щодо українців, яких підозрювали у вчиненні одного з підпалів, судових вироків немає досі. Таку журналістську недбалість у висвітленні серйозної справи може бути використано з метою дискредитації не тільки ветеранів, але й держави загалом. Подібні випадки є також порушенням журналістських стандартів, як і в іншому матеріалі, де бракує джерел інформації, та акцентується на участі УБД у кримінальній сутичці: «Різанина у Києві: ветеран АТО втрутився у розмову прихильників ЛДНР (ФОТО, ВІДЕО)»⁴⁹. Ще одну кримінальну новину, в якій спостерігаємо тенденційний та емоційно забарвлений заголовок, що має ознаки мови ворожнечі, опублікували на

⁴³ URL: <https://goloskarpat.info/society/652b908eca0e7/>

⁴⁴ URL: <https://goloskarpat.info/associated/66a0df586c0db/>

⁴⁵ URL: <https://goloskarpat.info/society/6557601334533/>

⁴⁶ URL: <https://karpat-telegraf.net/sobaka-dlya-veterana-istoriya-dmytra-ta-jogo-ulyublenczya-bleka/>

⁴⁷ URL: https://mukachevo.net/news/eks-biytsiu-sviatoyi-mariyi-pidozriuvanomu-v-orhanizatsiyi-pidryvu-ofisu-kmks-prodovzly-trymannia-pid-vartoiu-video_840206.html

⁴⁸ URL: <https://podiji.karpat.in.ua/?p=7715&lang=uk>

⁴⁹ URL: https://mukachevo.net/news/rizanyina-u-kyyyevi-veteran-ato-vtrutyvsia-u-rozmovu-prykhlynykiv-l-dnp-foto-video_240726.html



сайті «Голос Карпат»: «Неадекватний ветеран АТО убив тещу та бігав із ножем за сусідами [...] Та навіть спробував підпалити сільську раду»⁵⁰. Цей випадок не стосується Закарпаття, стався на Чернігівщині, однак у регіональному медіа, припускаємо, зумисно тиражують новину.

Особливої уваги і поваги потребують розповіді про ветеранів з інвалідністю в медіа. До прикладу, у публікації про УБД з Мукачева Рустама Росула, який підкорив одну з закарпатських гірських вершин, некоректно називають особливим, ще й беруть слово в лапки: «"Особливі" закарпатці підкорюють гори (ФОТО, ВІДЕО)»⁵¹. Експерти рекомендують журналістам не використовувати слова «інвалід», «особлива людина», «неповносправна» «неповноцінна» у ЗМІ, а натомість – «особа (людина, дитина) з інвалідністю»⁵². У коментарях до цієї публікації натрапляємо на образливий коментар, який мав би бути видалений модератором: «Інвалідність – ВИРОК, а не навпаки. Не інвалід підкорив, а "ішаки" тягли його Пишіть як є, а не як "хочуть" милосердні ідеологи». Надчутлива тема в медіа – висвітлення історій ветеранів, що повернулися з полону. Приклади об'єктивного й етичного висвітлення знаходимо у «Varosh»⁵³, «Карпатський телеграф»⁵⁴. Зокрема, останнє медіа функціонує з весни 2025 р. Тут виявляємо оригінальні матеріали про ветеранів, щоправда, їхніх авторів не зазначають. Крім того, порушується проблематика УБД в матеріалах, поданих в угорськомовному розділі сайту⁵⁵, зорієнтованому на другу за чисельністю етнічну громаду Закарпаття, що також важливо для формування образу військових. Гіпотетично такі публікації зорієнтовані не лише на закарпатських угорців, а й тих, хто проживає на історичній батьківщині.

У процесі дослідження зафіксовано невелику кількість матеріалів, які присвячені ветеранам. Спостерігаємо використання слова «ветерани» в тих випадках, коли матеріал стосується і жінок, і чоловіків. З метою подолання стереотипів в журналістських публікаціях було б доцільно використовувати фемінітиви, а медіа – збільшити кількість матеріалів про захисниць. Соціологічні опитування (Стигматизація ветеранів і ветеранок..., 2025) свідчать про вищу стигматизованість жінок в українському суспільстві через уявлення багатьох, що жінка і військова служба – несумісні. Збалансовані приклади медійного висвітлення військовослужбовиць є в публікаціях на сайті «Varosh»⁵⁶. В матеріалі «АТО, "Азов", 11,5 місяців полону і повернення на службу. Історія бойової медицини, ужгородки Галини Зайцевої» героїня наводить приклад недовіри суспільства до ветеранів, коли в громадському транспорті від неї вимагали не тільки показати посвідчення, а й довести, що вона є УБД, після чого військова розмірковує, чи користуватися пільгами, чи зберегти врівноважений психоемоційний стан.

Результати соціологічних опитувань засвідчують, що ветерани стикаються з несправедливістю, ворожістю суспільства, навішуванням ярликів, втратою авторитету. Все це є ризиками породження стигматизації (Стигматизація ветеранів і ветеранок..., 2025). Натомість

⁵⁰ URL: <https://goloskarpat.info/criminal/5d710713b26e9/>

⁵¹ URL: https://mukachevo.net/news/osoblyvi-zakarpattsi-pidkoryuiut-hory-foto-video_1594232.html

⁵² URL: <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/heroizatsiia-zhalist-chy-povaha-ia-k-zmi-pysaty-pro-liudey-z-invalidnistiu/>

⁵³ URL: <https://varosh.com.ua/projects/polon-cze-dribnyczi-najstrashnishe-bachyty-yak-gyne-mariupol-istoriya-zahysnyka-azovstali-gennadiya-zbanduta/>

⁵⁴ URL: <https://karpat-telehraf.net/veteran-morpih-ya-znav-shho-povernusya-i-pidu-znovu-voyuvaty/>

⁵⁵ URL: <https://karpat-telehraf.net/karpatalja-egysege-es-jovoje-a-haboru-armyekaban-jozsef-rezesh-hang-sulyozta-az-osszefogas-fontossagat/>

⁵⁶ URL: <https://varosh.com.ua/projects/ato-azov-115-misyaciv-polonu-i-povernennya-na-sluzhbu-istoriya-bojovoyi-medykyni-uzhgorodky-galyny-zajczevoyi/>; URL: <https://varosh.com.ua/art/hudozhnyczya-iz-zakarpattya-galyna-ternivka-vidkryla-vystavku-v-predstavnytvi-nato-v-ukrayini/>



дослідники зафіксували, що УБД найчастіше очікують рівноправного ставлення, як до всіх, і поваги та визнання. А у відповідях йдеться як про прояви елементарної щоденної поваги, так і про пільги від держави. Окремі ветерани також висловлюють свою громадянську позицію через медіа. До прикладу, в матеріалі за результатами пресконференції ветеранів АТО на Закарпатті в 2018 р. вони висувають вимоги до влади та Президента, критикують неналежне ставлення військових, їхніх сімей, відсутність пільг на опалення, порушують проблему етнічної дестабілізації в регіоні, та акцентують на неналежному медичному забезпеченні. У разі ігнорування вимог ветерани обіцяли перейти до більш активних дій – акцій протесту⁵⁷. Незважаючи на збільшення кількості матеріалів про ветеранів та ветеранок у медіа від початку повномасштабного вторгнення, цього все ще недостатньо для всебічного розуміння проблем та потреб ветеранів, а також формування об'єктивного ставлення до них (Стигматизація ветеранів і ветеранок, 2025). При цьому важливо пам'ятати про якість змістового наповнення журналістських матеріалів, необхідність збільшення аналітичних публікацій, потребу відстеження хронології подій за участі військових, збалансованості репрезентації ветерана як живої людини зі своїми перевагами й недоліками, а не створення образу привілейованого кумира чи жертви війни. Самі ж опитані чітко визначають, якого ставлення вони не хотіли б до себе, а саме жалощів та піднесення (Образ ветеранів, 2024).

Підходи для розв'язання проблеми формування об'єктивного медіаобразу ветерана війни можуть реалізовуватися у трьох площинах: 1) яким бачить цей образ суспільство – очима пересічного громадянина; 2) експертне бачення окремими фахівцями та інституціями, що працюють із ветеранами, спираються на закордонний досвід; 3) уявлення самих ветеранів. Перша площина є найширшою, складною, потребує найбільше зусиль та роботи щодо просування об'єктивного іміджу ветеранів, бо вирізняється масовістю і фактично через неї можна визначити ставлення різних суспільних груп до ветеранів. Через медіа відбувається зворотний зв'язок із споживачами інформації – шляхом коментування, висловлення ідей, ставлення. Експерти представляють найбільш виважений підхід, що базується на широкому емпіричному матеріалі, соціологічних опитуваннях, науковому аналізі та препаруванні закордонного досвіду до українських реалій. Натомість військові завдяки власному досвіду можуть звернути увагу на ті тонкощі й проблеми, яких не бачать інші. Усі ці погляди є цінними, бо лише поєднання різних бачень та комплексний підхід до розв'язання проблеми може дати позитивний результат. Серед великої кількості рекомендацій щодо формування об'єктивного образу ветеранів у медіа доречно виділити такі: 1) розробка чіткої і зрозумілої стратегії соціального статусу та забезпечення ветерана, дотримання існуючого законодавства; 2) вироблення механізмів контролю за соціальними гарантіями для ветеранів; 3) проведення інформаційних кампаній за участю УБД, зокрема в соціальних мережах; 4) збільшення кількості соціальної реклами, спрямованої на підтримку ветеранів; 5) створення документальної бази фактів війни та культурно-мистецьке осмислення образу українських військових; 6) пошук оптимальних навчально-методичних форматів для патріотичного виховання в суспільстві.

Висновки

Отже, медіаобраз ветерана війни, особливо в регіональному сегменті, є недостатньо дослідженим та, як свідчить аналіз журналістських матеріалів, часто недостатньо збалансованим. Інформаційне висвітлення цього питання впливає на підтримку ветеранів на різних рівнях у суспільстві, а відповідно, і позначається на формуванні правдивого образу в медіа. Позитивно, що журналісти регіональних ЗМІ оперативно повідомляють про можливості

⁵⁷ URL: https://mukachevo.net/news/zakarpatski-atovtsi-ozvuchily-svoyi-vymohy-do-vlady-i-obitsiaiu-vdatysia-do-protestiv-foto_369351.html



для ветеранів, заходи за їхньої участі, соціальні питання, утім більшість публікацій на новинних ресурсах є передруками, натомість оригінальних публікацій, аналітичних матеріалів про проблеми ветеранів вкрай мало. У досліджених публікаціях автори переважно дотримуються журналістських стандартів, що загалом дозволяє сподіватися на перспективу формування об'єктивного медіаобразу ветерана. Однак через те, що в закарпатському медіасегменті бракує власних матеріалів, часто використовують передруки, які не аналізуються, не перевіряються, отже, в локальні медіа потрапляє низькопробна й неперевірена інформація. Спостерігаємо дві крайнощі: або створення позитивно-нейтрального образу, або оприлюднення публікацій, що позначені скандальністю за участі ветеранів. З огляду на те, що в регіоні функціонує кілька десят новинних сайтів, кожен із яких прагне подати інформацію в себе й залучити аудиторію до прочитання, зростають загрози клікбейту, сенсаційного контенту, маніпуляцій. У ситуації, коли значну частку аудиторії відтягують соціальні мережі й месенджери, існує попит на якісний оригінальний контент, що спонукає споживача інформації думати, аналізувати і в результаті формує об'єктивний образ ветерана і ветеранки.

Особливо шкідливою на шляху демократичного розвитку України, євроінтеграційних прагнень держави є стигматизація ветеранів, що заважає їхній успішній суспільній адаптації та поверненню до звичного життя. Це також впливає на бажання громадян служити в ЗСУ. Якщо статус УБД й надалі сприйматиметься негативно, то люди уникатимуть мобілізації, що загрожує обороноздатності країни. Для подолання цієї проблеми потрібні зміни в соціальній політиці, усунення бюрократичних перешкод тощо. Інформаційні кампанії та виважена медійна політика зі створення об'єктивного позитивного образу ветерана, де буде використаний його досвід, стане ресурсом для розвитку країни, а самі військові зможуть реалізуватися і брати активнішу участь у громадському житті.

Внесок авторів: Юрій Бідзіля – концептуалізація, обговорення проблеми, огляд літератури; Наталія Толочко – збір емпіричного матеріалу, написання результатів дослідження.

Декларація про генеративний штучний інтелект та технології, що використовують штучний інтелект у процесі написання. Під час підготовки цієї статті автори не використовували інструменти штучного інтелекту. Автори статті несуть повну відповідальність за правильне використання та цитування джерел.

Посилання

- Asenov, Yuliyana. (2021). They don't need a «storm» – Croatia, Ukraine and war veterans. *Politics and Security*, 5(4). <https://doi.org/10.5281/zenodo.6539046>.
- Barnett, S., Murdoch, T., & Townsend, J. (2022). Where public interest and public benefit meet: the application of charity law to journalism. *Journal of Media Law*, 14(2), 323–351. <https://doi.org/10.1080/17577632.2022.2141225>.
- Brusylavska, O., Maksymenko, I. (2023). Analysis of the media discourse on the 2022 war in Ukraine: The case of Russia. *Regional Science Policy & Practice*, 15(1), 222–236. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12579>.
- Capati, A. (2025). The discursive framing of European integration in EU-wide media: Actors, narratives and policies following the Russian invasion of Ukraine. *Comparative European Politics*, 23, 271–299. <https://doi.org/10.1057/s41295-024-00397-1>.
- Fengler, S., Kreutler, M., Alku, M. etc. (2018). The Ukraine conflict and the European media: A comparative study of newspapers in 13 European countries. *Journalism*, 21(3), 399–422. <https://doi.org/10.1177/1464884918774311>.
- Horbyk, R. (2020). The Visual Regime of the Soldiering Self at the East Ukrainian Frontline (October 10, 2020). SSRN. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4258884>.



- Kaunert, C., MacKenzie, A., & Léonard, S. (2023). Far-right foreign fighters and Ukraine: A blind spot for the European Union? *New Journal of European Criminal Law*, 14(2), 247–266. <https://doi.org/10.1177/20322844231164089>.
- Krause, E. G., Christensen, J., & Svendsen, M. N. (2024). Belonging in the «Big Picture»: (In)authentic Recognition of Wounded Veterans in Denmark. *Conflict and Society*, 10(1), 47–64. <https://doi.org/10.3167/arcs.2024.021501>.
- Matulić, I., & Škokić, V. (2024). Media discourses of the Ukrainian refugees during the war in Ukraine. *ST-OPEN*, 5, 1–17. <https://doi.org/10.48188/so.5.5>.
- Möhring, W. (2019). The need for local, everyday information. The importance of local journalism in the world of digital media. *Journalism Research*, 2(1), 54–60. <https://doi.org/10.1453/2569-152X-12019-4540-en>.
- Nestulya, O. (2025). Reintegration of war veterans in peaceful life in Ukraine: Current state and future challenges. *Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика». Вип. 54, 116–122. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2025-54-18>.
- Nygren, G., Glowacki, M., Hök, J., Kiria, I., Orlova, D., & Taradai, D. (2016). Journalism in the Crossfire: Media coverage of the war in Ukraine in 2014. *Journalism Studies*, 19(7), 1059–1078. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1251332>.
- Parizek, M. (2023). Worldwide Media Visibility of NATO, the European Union, and the United Nations in Connection to the Russia-Ukraine War. *Czech Journal of International Relations*, 58(1), 15–44. <https://doi.org/10.32422/mv-cjir.60>.
- Parrott, S., Albright, D. L., & Eckhart, N. (2021). Veterans and media: The effects of news exposure on thoughts, attitudes, and support of military veterans. *Armed Forces & Society*, 48(3), 503–521. <https://doi.org/10.1177/0095327X20986145>.
- Parry, K., & Pitchford-Hyde, J. (2022). ‘We may have bad days... that doesn’t make us killers’: How military veterans perceive contemporary British media representations of military and post-military life. *Media, War & Conflict*, 16(3), 440–458. <https://doi.org/10.1177/17506352221113958>.
- Quintanal, G., Boulos, S., & Radeljić, B. (2023). The war in Ukraine and the EU’s geopolitical role in Spanish media discourses. *Media and Communication*, 11(4), 20–33. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i4.7073>.
- Returning Home: Understanding the Perspectives of Veterans in Ukraine after the 24th of February 2022 / Pavlo Sereda, Marian Machlouzarides, Nadiia Novosolova, Selin Uretici. UNDP. <https://www.undp.org/ukraine/publications/returning-home-understanding-perspectives-veterans-ukraine-after-24th-february-2022> (date of access: 29.07.2025).
- Виклики, потреби та перешкоди при працевлаштуванні ветеранів та ветеранок в цивільному житті. Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва [Challenges, needs and obstacles in the employment of male and female veterans in civilian life. Ilko Kucheriv Democratic Initiatives Foundation]. <https://dif.org.ua/article/vikliki-potrebi-ta-pereshkodi-pri-pratsevlashtuvanni-veteraniv-ta-veteranok-v-tsilvilnomu-zhitti> (дата звернення: 29.07.2025).
- Життя після конфлікту: опитування щодо соціально-демографічних та соціально-економічних характеристик ветеранів конфлікту на Сході України та їхніх сімей, Січень 2020 [Life after conflict: survey on the socio-demographic and socio-economic characteristics of veterans of the conflict in eastern Ukraine and their families, January 2020]. IOM Ukraine. <https://ukraine.iom.int/uk/> (дата звернення: 29.07.2025).
- Марценюк Т., Квіт А. Залучення ветеранів до громадського і політичного життя: шлях від військових перемог до особистих [Engaging veterans in civic and political life: the path from military victories to personal ones]. ГО «Студена», Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). Київ. 71 с. <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/17840> (дата звернення: 29.07.2025).
- Образ ветеранів в українському суспільстві: грудень 2024 [The image of veterans in Ukrainian society: December 2024]. Соціологічна група «Рейтинг», Український ветеранський фонд. Грудень 2024. Київ. 29 с. https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_veterans_1000_ua_122024_press.pdf (дата звернення: 29.07.2025).



- Павлова О. Соціологічний вимір соціального портрету ветерана бойових дій [Sociological dimension of the social portrait of a combat veteran]. *Науково-теоретичний альманах Грані*, 26(4), 18–23. 2023. <https://doi.org/10.15421/172369>.
- Стигматизація ветеранів і ветеранок: ситуація в Україні та досвід США. (2025) [Stigmatisation of veterans: the situation in Ukraine and the experience of the United States]. Український ветеранський фонд, Сірацький університет, Соціологічна група «Рейтинг». Київ, 128 с. <https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2025/04/Styhmatyizatsiia-veteraniv-i-veteranok.pdf> (дата звернення: 29.07.2025).
- Хижняк Л. М., Сичова В. В. (2024). Архетипний підхід до соціальних комунікацій у реінтеграції ветеранів російсько-української війни [An archetypal approach to social communications in the reintegration of veterans of the Russian-Ukrainian war]. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, 48, 173–178. DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v048.2024.27>.
- Хлистун І. В. (2024). Соціальна проблематика регіональних ЗМІ у період повномасштабного вторгнення Росії в Україну (на матеріалі телерадіокомпанії «Суспільне Черкаси») [Social issues covered by regional media during Russia's full-scale invasion of Ukraine (based on material from the Suspilne Cherkasy television and radio company)]. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 35(74) № 1. Частина 2, 346–252. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.1.2/39>.
- Шаповалова Г. В., Шебештян Я. М., Толочко Н. В. (2024). Завдання регіональних медіа у формуванні інформаційної стійкості аудиторії під час війни: український досвід [The role of regional media in shaping the audience's information resilience during wartime: the Ukrainian experience]. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 35(74) № 6, 418–428. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.6/64>.
- Шістнадцяте загальнонаціональне опитування: Образ ветеранів в українському суспільстві (6–7 серпня 2022) [Sixteenth nationwide survey: The image of veterans in Ukrainian society (6–7 August 2022)]. Український ветеранський фонд. Соціологічна група Рейтинг. https://ratinggroup.ua/research/ukraine/shestnadca_obschenaci_opros_ukraina_vo_vremya_voyny_ob_raz_veteranov_v_ukrainskom_obschestve_6-7_avgu.html (дата звернення: 29.07.2025).

Надійшла до редакції 04.08.2025
Прийнято до друку 10.11.2025
Оприлюднено 20.12.2025