

**Л. Г. Пономаренко**

доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
професор кафедри мови медіа  
e-mail: [lpnomar2021@knu.ua](mailto:lpnomar2021@knu.ua), ORCID: 0000-0003-1144-6481  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
вул. Володимирська, 64/13, м. Київ, Україна, 01601

**А. С. Мадей**

кандидат наук із соціальних комунікацій  
асистент кафедри онлайн-медіа  
e-mail: [anna\\_madei@knu.ua](mailto:anna_madei@knu.ua), ORCID: 0000-0002-5012-6627  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
вул. Володимирська, 64/13, м. Київ, Україна, 01601

## ЦІННІСНА ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕДІАТЕКСТУ У ВИСВІТЛЕННІ ВЕТЕРАНСЬКОЇ ПОЛІТИКИ

**Мета дослідження** полягає в з'ясуванні та характеристиці основних векторів ціннісної трансформації медіатексту у висвітленні ветеранської політики.

**Методологія дослідження.** У дослідженні використано конструктивістський підхід до аналізу медіатексту як інструменту соціального конструювання реальності; дискурс-аналіз – для з'ясування особливостей мовних практик та нормативних моделей репрезентації ветеранів; фрейм-аналіз – для визначення домінуючих моделей інтерпретації ветеранської тематики; контент-аналіз медійних матеріалів – для виявлення особливостей висвітлення ветеранської політики; кейс-аналіз – для розгляду окремих практик журналістики рішень, етичної репрезентації та діяльності нішевих ветеранських медіа.

**Результати.** Трансформація медіатексту у висвітленні ветеранської політики виявляється в переході від емоційно-ситуативної моделі до системного, аналітичного та етично вивіреного дискурсу. Виокремлено п'ять основних векторів такої трансформації: подолання дихотомії «герой/жертва» та утвердження моделі суб'єктності; прагматизація дискурсу й розвиток журналістики рішень; етичне рекалібрування та формування нової медійної чутливості; трансформація комунікаційної структури медіапростору шляхом розвитку нішевих ветеранських медіа; інституціоналізація ветеранської тематики через її крос-секторальну інтеграцію в різні сегменти медійного дискурсу.

**Новизна.** У статті виділено основні вектори ціннісної трансформації медіатексту у висвітленні ветеранської політики, а також в обґрунтуванні медіатексту як простору формування нових моделей репрезентації ветеранів у контексті соціального конструювання реальності.

**Практичне значення** результатів дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів для розробки професійних медійних гайдлайнів щодо висвітлення ветеранської тематики, удосконалення журналістських стандартів роботи із чутливими темами та підтримки процесів соціальної інтеграції ветеранів.

**Ключові слова:** медіатекст, ветеранська політика, медійний дискурс, соціальне конструювання реальності, репрезентація ветеранів, журналістика рішень, нішеві медіа.

### I. Вступ

Російсько-українська війна спричинила глибоку трансформацію українського суспільства, яка безпосередньо стосується медіапростору з переосмисленням механізмів репрезентації війни, військових і ветеранів, а також ролі медіа у формуванні суспільних цінностей і моделей колективного сприйняття реальності. Після початку повномасштабного вторгнення РФ у 2022 р. процес формування ветеранської спільноти набув безпрецедентного масштабу. Ветерани російсько-української війни поступово стають однією з ключових соціальних груп сучасної України, інтегрованою в економічні, політичні, культурні та комунікаційні процеси. За таких умов особливого значення набуває питання суспільного сприйняття ветеранів та моделей їх репрезентації в медіапросторі.

Саме медійний дискурс значною мірою визначає, чи буде ветеран сприйматися як активний учасник суспільних процесів, носій професійного та лідерського потенціалу, чи переважно як людина травми й соціальної вразливості. Водночас медіа впливають і на процес соціалізації самих ветеранів, оскільки через медійні тексти суспільство виробляє моделі комунікації, адаптації та

взаємодії між військовими і цивільними. За таких умов медійний текст постає не лише засобом репрезентації, а й інструментом формування соціальної згуртованості або, навпаки, посилення відчуження та стигматизації.

Проблематика репрезентації ветеранів у медіа поступово стає предметом зацікавлення українських науковців: Ю. Бідзіля та Н. Толочко простежують специфіку формування медіаобразу ветерана російсько-української війни в онлайн-медіа Закарпаття [1], К. Будняк пише про візуальну та вербальну репрезентацію українських військових з пораненнями [3]; О. Кравченко, В. Швець, Л. Мельник – про роль ветеранських організацій у реінтеграції ветеранів з інвалідністю з психологічного погляду [13] та ін.

## **II. Постановка завдання та методи дослідження**

Мета статті – з'ясувати та схарактеризувати основні вектори ціннісної трансформації медійного дискурсу у висвітленні ветеранської політики.

Методологічну основу дослідження становить конструктивістський підхід, у межах якого медійний дискурс розглянуто як простір соціального конструювання реальності та формування нормативних моделей сприйняття ветеранської спільноти. Досягнення мети дослідження стало можливим завдяки застосуванню таких методів: дискурс-аналізу – для з'ясування особливостей мовних практик і нормативних моделей репрезентації ветеранів; фрейм-аналізу – для визначення домінантних моделей інтерпретації ветеранської тематики; контент-аналізу медійних матеріалів – для виявлення особливостей висвітлення ветеранської політики; кейс-аналізу – для розгляду окремих практик журналістики рішень, етичної репрезентації та діяльності нішевих ветеранських медіа.

## **III. Результати**

У межах концепції соціального конструювання реальності, започаткованої у працях П. Бергера й Т. Лукмана, соціальна дійсність постає як результат інтерсуб'єктивних процесів, у яких значення формуються через комунікацію та повторювані практики інтерпретації [27]. Ключовим етапом цього процесу є типізація, коли індивідуальний досвід узагальнюється та співвідноситься з уже відомими соціальними типами. Саме через типізацію складна реальність стає зрозумілою, а соціальні ролі – впізнаваними. Водночас класична модель, що передбачає поступовий перехід від типізації до інституціоналізації та подальшої легітимації, була сформована П. Бергером і Т. Лукманом в умовах відносно стабільного соціального середовища [27].

Розвиваючи цю думку далі, Н. Фрейзер і Р. Туркан уточнюють, що в сучасних умовах «глибокої новизни», коли «в інтерсуб'єктивний простір вводиться абсолютно інноваційний і, таким чином, унікальний вид об'єкта», цей об'єкт стає складним для осмислення, а ще складнішим – для типізації, «коли для нього не існує відомого типу і недостатньо даних для його побудови звичайними засобами» [29]. У таких ситуаціях класичні механізми типізації виявляються недостатніми, що зумовлює необхідність формування нових смислових моделей.

У цьому контексті Н. Фрейзер і Р. Туркан виокремлюють два взаємопов'язані процеси: типопризначення, коли новий об'єкт інтерпретується через уже відомі типи, та типотворення, коли лише формуються нові смислові моделі, що відповідають специфіці цього об'єкта [29]. На наш погляд, в українській науці більш усталеними є такі відповідники цих ключових термінів: функціонально-цільове призначення замість типопризначення й типологічна трансформація замість типотворення.

Накладаючи цю теоретичну рамку на сучасні українські реалії, варто зауважити, що повномасштабна війна актуалізує появу нових соціальних об'єктів, серед яких особливого значення набуває ветеран як об'єкт тієї самої «глибокої новизни», який проходить шлях від хаотичного сприйняття до інституціоналізації.

Попри те, що воєнні дії в Україні з 2014 р., образ ветерана постає як нестабілізований соціальний тип, для якого відсутні усталені моделі інтерпретації. Це зумовлює певну конкуренцію різних способів його осмислення в медійному дискурсі.

З одного боку, у медіатекстах простежується функціонально-цільове призначення (типопризначення, за Н. Фрейзером, Р. Турканом), що виявляється у відтворенні спрощених моделей: героїзації, віктимізації або стигматизації. З іншого боку, сучасні медіапрактики засвідчують активний процес типологічних трансформацій (типотворення, за Н. Фрейзером, Р. Турканом), у межах яких ветеран репрезентується як суб'єкт економічної, громадянської та професійної діяльності.

У цьому процесі медіатексти виконують смислотворчу функцію, оскільки саме за допомогою мовних засобів, структури повідомлень та добору фактів відбувається закріплення певних інтерпретацій соціальної дійсності. Тож медіатекст доцільно розглядати як ключовий інструмент легітимації нових соціальних смислів, які в подальшому можуть набувати ознак інституціоналізованої соціальної норми.

Отже, трансформація медіатексту у висвітленні ветеранської політики може бути осмислена як процес переходу від зміни функціонально-цільового призначення до трансформації типу загалом, у межах якого формується новий соціальний образ ветерана.

У цьому процесі особливого значення набувають механізми фреймінгу. Як зазначає Р. Ентман, медіа не лише відображають події, а визначають, які аспекти реальності стають помітними та як саме вони інтерпретуються [28]. Саме через фрейми відбувається смислове структурування інформації, що безпосередньо впливає на формування суспільного ставлення до соціальних груп.

У межах теорії репрезентації С. Голла медіатекст постає як простір смислотворення, у якому через культурні коди формується соціальний образ певних груп, зокрема ветеранів [31]. Водночас сучасні підходи до журналістики рішень акцентують на переході від реактивного висвітлення проблем до аналізу механізмів їх розв'язання [32]. У такому контексті трансформацію медіатексту у висвітленні ветеранської політики доцільно розглядати як процес легітимації нового соціального образу ветерана з подальшою тенденцією до його інституціоналізації.

Тож узагальнення теорій соціального конструювання реальності, репрезентації, фреймінгу та конструктивної журналістики дає підстави виокремити п'ять ключових векторів цієї трансформації. В умовах сучасних суспільно-політичних реалій медіа дедалі більше утверджуються як інститут конструювання соціальної реальності, а медійний дискурс – як простір формування етично вивірених моделей суспільного сприйняття ветеранів.

Варто акцентувати, що ще 2023 р. команда Українського ветеранського фонду Міністерства у справах ветеранів України спільно з ветеранами напрацювали фахові рекомендації «Як писати про ветеранів», заклавши інституційний фундамент для етичного рекалібрування української журналістики [25]. Сьогодні ця ініціатива еволюціонувала в стійку комунікаційну парадигму.

Згідно з результатами дослідження «Портрет ветерана 2025», що провів Український ветеранський фонд спільно із соціологічною групою «Рейтинг» у вересні-грудні 2025 р., 72% опитаних зазначили, що образ ветеранів в українських медіа є переважно позитивним; 78% опитаних вважають позитивним образ у медіа жінок-ветеранок. Дві третини опитаних (66%) переконані, що зображення ветеранів та ветеранок загалом відповідає тому, якими вони є в реальному житті. Це приблизно на 8% вище, ніж у дослідженні минулого року [20].

1. *Подолання дихотомії «герой/жертва» та утвердження суб'єктності.* На ранніх етапах медійного осмислення російсько-української війни медіатексти базувалися на спрощених типізаціях, що відповідає описаному П. Бергером і Т. Лукманом механізму соціального конструювання реальності, у межах якого складний соціальний досвід редукується до досить узагальнених, соціально впізнаваних типів. Такі процеси типізації виявлялися насамперед у бінарних фреймах «герой/жертва», які структурували сприйняття ветерана через полярні, емоційно марковані моделі.

Сучасна трансформація медіатексту демонструє перехід до значно складнішої моделі репрезентації, що узгоджується з теорією фреймінгу Р. Ентмана: зміна медійних рамок відбувається через переосмислення проблеми, її причин і ролей соціальних акторів [28]. У цьому контексті спостерігаємо зсув від героїзації та віктимізації до утвердження ветерана як повноцінного суб'єкта соціальної дії.

У межах теорії репрезентації С. Голла така трансформація означає зміну способу репрезентації: якщо раніше ветеран функціонував як носій колективних емоцій (героїзму або страждання), то нині він постає як соціальний актор із конкретними компетенціями, досвідом і здатністю впливати на суспільні процеси [31]. Відтак відбувається деконструкція редукованих образів і формування багатовимірної ідентичності, у якій поєднуються військовий досвід, професійні навички та громадянська активність.

Показово, що така зміна відповідає стратегічному баченню ветеранської політики. Український ветеранський фонд пропонує орієнтуватися на модель США, де після Другої світової війни ветеранів почали розглядати як ресурс соціального розвитку. Завдяки цілеспрямованій політиці залучення до підприємництва ветерани в США вже наприкінці першого повоєнного десятиліття становили близько 60% представників малого та середнього бізнесу, фактично ставши одним із драйверів економічного зростання [25].

Водночас трансформація медійної репрезентації ветерана відображає зміну ціннісної оптики суспільства. На початкових етапах висвітлення російсько-української війни медіатекст часто базувався на полярних фреймах – гіперболізованій героїзації або віктимізації (фокус на травмах, ПТСР, соціальній безпорадності). Натомість сучасна ціннісна парадигма акцентує на суб'єктності ветерана: у медіапросторі він постає як активний учасник суспільних процесів – ініціатор, професіонал, лідер спільнот, здатний до прийняття рішень і впливу.

Показовим у цьому контексті є кейс видання «The Village Україна», яке часто фокусується на урбаністиці та способі життя, що дає можливість розглядати ветерана не як «соціальну проблему», а як активного творця міського середовища. Так, у матеріалі «У “Будинку з хлібною лавкою” відкриють ветеранський ресторан» (листопад 2025 р.) розповідається, як ветеран планує зберегти столичну будівлю, яка наразі перебуває в аварійному стані й де свого часу працювала їдальня та хлібна лавка, «що й наштовхнуло на рішення повернути цьому місцю життя та сенс» [8]. А в матеріалі «Мапу ветеранського бізнесу розробили у Львові» (червень 2024 р.) окреслено досвід Львівської міськради, яка розробила мапу ветеранських бізнесів, де наразі вже є 19 об'єктів та можна регулярно додавати нові [7].

Отже, сучасний медіатекст у висвітленні ветеранської політики демонструє чітку ціннісну трансформацію: від редукованих, емоційно поляризованих моделей до багатовимірного образу ветерана як суб'єкта, що уможливорює не лише нове бачення його ролі в суспільстві, а й переозначення самої структури медіареальності.

2. *Прагматизація дискурсу та перехід до журналістики рішень.* Другий вектор пов'язаний зі зміною функціональної ролі медіатексту. Якщо раніше домінувала емоційно-ситуативна модель висвітлення, то сьогодні спостерігається перехід до аналітичної та прикладної моделі. У контексті сучасного переосмислення соціального конструювання реальності це можна інтерпретувати як процес легітимації нових практик – спочатку на рівні дискурсу, а згодом на рівні професійних стандартів [29].

Тож ціннісний вектор медіатексту зміщується від суто емоційних життєвих історій до конструктивної аналітики. Медіа беруть на себе функцію моніторингу та експертизи державних політик. У цьому процесі ключового значення набувають аналітичні жанри, а також авторські колонки та блоги. Саме вони стають майданчиками для артикуляції експертних думок, де аналіз соціальних проблем поєднується з пропонуванням конкретних механізмів їх розв'язання. Так, у межах авторської колонки експерт з юридичних питань ГО «Юридична сотня» В. Шинкаренко «Для чого Україні потрібні суди у справах ветеранів» («Українська правда», січень 2024 р.) демонструє перехід від описової рефлексії до проактивної експертизи. Автор не обмежується емоційною ретроспективою проблем адаптації військовослужбовців, а пропонує концептуальну модель інституційної трансформації судової системи [23].

Флагманом цього підходу вважаємо видання «Рубрика», яке спеціалізується саме на журналістиці рішень. Наприклад, видання аналізує не просто дефіцит реабілітаційних послуг, а механізми створення таких просторів для відновлення воїнів. Так, у матеріалі «“Ми повертаємо українцям їхні суперможливості”: як працює центр військової травми Superhumans біля Львова» (жовтень 2025 р.) наведено кейс одного з найбільших в Україні центрів військової травми Superhumans та проаналізовано специфіку роботи закладу, в тому числі облаштування інклюзивного простору й персоналізовані програми реабілітації [21].

3. *Етичне рекалібрування та формування нової чутливості.* Третій вектор відображає трансформацію етичних норм медіадискурсу. У межах теорії дискурсу Н. Феркляфа мова розглядається як соціальна практика, що формує та закріплює норми сприйняття. Зміни на лексико-семантичному рівні (відмова від стигматизаційних кліше, упровадження коректної термінології) свідчать про процес утвердження нових етичних стандартів репрезентації ветеранів. Водночас, як показує аналіз медіатекстів, інерція попередніх моделей у кримінальній хроніці зберігається, що засвідчує співіснування нових і традиційних практик висвітлення. Тож етичне рекалібрування постає як процес формування нової норми репрезентації, яка безпосередньо впливає на соціальне сприйняття ветеранів.

У цьому контексті нова медійна чутливість формується як здатність журналістики враховувати психологічні, етичні та соціальні наслідки репрезентації травматичного досвіду. Сьогодні відбувається стандартизація професійної етики журналіста в роботі із чутливими темами. Трансформація медіатексту виявляється на лексико-семантичному рівні. Ідеться, зокрема, про відмову від кліше, що провокують жалість або страх, уникнення токсичної термінології. Також це стосується впровадження коректної лексики щодо інвалідності та ментального здоров'я (наприклад, принцип «людина на першому місці»: ветеран з інвалідністю, а не інвалід). Крім цього, у пріоритеті медіа – більш відповідальне використання візуального ряду та заголовкових комплексів, які б не ретравматизували цільову аудиторію.

Наприклад, як зазначають в Українському ветеранському фонді, «матеріали про ПТСР не варто підкріплювати візуалом, на якому ветеран у розпачі, хапається за голову, б'є посуд, адже це формує образ ветерана, який потребує, щоб або його жаліли, або остерігались, бо психіка травмована, і що ПТСР – це лише про агресію і такий прояв» [25].

Проте процес етичного рекалібрування стикається із серйозними викликами, пов'язаними з інерцією медійних стереотипів. Аналіз матеріалів українських медіа за 2022–2025 рр. щодо стигматизації ветеранів свідчить про наявність системної проблеми – недоречного акцентування на ветеранському статусі особи в контексті кримінальної хроніки, використання статусу «ветеран» або «колишній військовий» як ключового елемента заголовка в повідомленнях про побутові конфлікти, ДТП або правопорушення. Приміром, це простежуємо в матеріалах «Української правди» («Очільник МВС: 60% винуватців домашнього насильства – військові, їм потрібна психологічна реабілітація» (червень 2024 р.) [19], «Антикору» («Конфлікт на ринку у Фастові: ветеран поранив батька і вбив сина азербайджанця» (вересень 2025 р.) [12], УНН «У Києві за участю військового сталася ДТП, у якій загинула мати двох дітей, розпочато розслідування – ДБР» (грудень 2025 р.) [24], «України молоді» («Поліцейські проти ветерана ЗСУ і його собаки: скандал у Полтаві – чому виник конфлікт?» (жовтень, 2025 р.) [6]. Якщо військовий досвід не має прямого стосунку до причин інциденту, таке підкреслення є маніпулятивним. Воно формує в читача хибну кореляцію між участю в бойових діях та схильністю до агресії чи злочинної поведінки. Такий медіатекст працює на посилення соціального відчуження, перетворюючи ветерана з «ресурсу для розвитку» на «джерело загрози». Це прямо суперечить цінності соціальної когезії, яку мають формувати сучасні медіа.

4. *Подолання комунікаційної прірви та розвиток нішевих ветеранських медіа.* Четвертий вектор пов'язаний з трансформацією комунікаційної структури медіапростору. У межах конструктивістського підходу це означає зміну позиції соціальної групи – від об'єкта репрезентації до суб'єкта творення смислів.

Така динаміка узгоджується із сучасним розумінням соціального конструювання реальності як процесу, що розгортається в множинних комунікативних середовищах [29]. Відтак медійний дискурс дедалі більше набуває поліцентричного характеру, у якому різні соціальні групи отримують можливість формувати власні наративи.

У цьому контексті поява нішевих ветеранських медіа є індикатором легітимації альтернативного дискурсу, що ґрунтується на внутрішньому досвіді спільноти. Такі платформи не лише репрезентують ветеранів, а уможливають їхню активну участь у смислотворенні, знижуючи залежність від зовнішніх інтерпретацій.

Це сприяє переорієнтації медійного тексту з односторонньої репрезентації на формат взаємодії, у межах якого формується простір раціонально-емпатичного діалогу між військовим і цивільним досвідами. В умовах тривалої російсько-української війни медіа виконують функцію соціального модератора, сприяючи утвердженню цінності соціальної когезії. При цьому журналістські матеріали дедалі частіше мають просвітницький характер: окреслюють моделі комунікації з ветеранами, принципи адаптації робочих середовищ, підходи до розпізнавання «невидимих» травм.

Показовим прикладом є розвиток платформ на кшталт «Ветеран Медіа» [4], «Новини ветеранів» [18], «Характер.Media» [22], які формують автономний комунікативний простір ветеранської спільноти. Завдяки цьому відбувається зміщення від зовнішньо нав'язаних інтерпретацій до саморепрезентації, що мінімізує відтворення поляризованих фреймів героїзації або віктимізації. Водночас такі медіа виконують функцію посередника між різними соціальними групами, «перекладаючи» специфічний військовий досвід у зрозумілі для цивільного суспільства смислові форми. Це сприяє зниженню рівня соціального відчуження та формуванню більш інклюзивного публічного простору.

Отже, розвиток нішевих медіа є ознакою інституційної зрілості ветеранської спільноти та свідчить про трансформацію ветеранської політики із зовнішньої регуляторної моделі у внутрішній суспільний запит на якісну взаємодію. У цьому вимірі медійний дискурс постає як механізм формування довіри, взаєморозуміння та соціальної інтеграції.

**5. Інституціоналізація теми: від «ветеранської рубрики» до крос-секторальності.** П'ятий вектор відображає перехід від легітимації до інституціоналізації, описаний у сучасній теорії соціального конструювання реальності. Якщо на попередніх етапах відбувається формування й поширення нових смислів, то на цьому етапі вони закріплюються як частина соціальної норми.

Ветеранська тематика інтегрується в різні сегменти медіадискурсу: економічний, політичний, культурний, – що свідчить про її вихід за межі вузької проблематики та набуття статусу системного явища. Звертаючись до термінології Н. Фрейзера і Р. Туркана, констатуємо перехід від легітимації до інституціоналізації як взаємопов'язаних процесів, що формують стійкі соціальні структури [29]. Із цього погляду ветеранська політика перестає бути нішевою темою соціальної хроніки. Відбувається її інтерференція в усі жанрово-тематичні сегменти медіа: економіку (ветеранське підприємництво, податки), політику (ветерани в органах влади), культуру (ветеранська література, кіно тощо), урбаністику (інклюзивність простору). Це свідчить про глибоке укорінення ветеранської проблематики в національний ціннісний код.

До прикладу, ветеранська політика вийшла за межі соціальних рубрик і стала невід'ємною частиною фінансової та макроекономічної аналітики: «Економічна правда» системно публікує ґрунтовні інструкції з економічної реінтеграції. У матеріалах «Ветерани зможуть отримати грант на власний бізнес: що для цього потрібно» (квітень 2023 р.) [5] та «Гранти для ветеранів: хто та як може отримати кошти на розвиток бізнесу» (листопад 2023 р.) [10] журналісти деконструюють бюрократичні процедури, перетворюючи медіатекст на прикладний інструмент отримання державних послуг (зокрема через портал «Дія»).

Також ветеранська проблематика активно інтегрується, зокрема, у культурно-просвітницький сегмент, спостерігається перехід від епізодичних згадок до формування цілісного ветеранського нарративу. Спеціалізовані платформи, як-от «Читомо», розглядають ветеранську літературу як окремий естетичний та соціокультурний феномен. Приміром, огляди видавничих проєктів (наприклад, «Не на передовиці, а на передовій: видавництва військових і волонтерів в Україні» (березень 2022 р.) [11], «В Україні заснували нове ветеранське видавництво «Майстерня історій “Мрієлов”» (серпень 2024 р.) [2] та інтерв'ю з авторами-ветеранами («Ветеранка ЗСУ Аліна Сарнацька: На фронті зрозуміла, що для мене має сенс тільки любити і писати» (березень 2025 р.) [15], «Ветеран і письменник Віталій Запека: Гонорар отримав плитоносками й турнікетами» (червень 2025 р.) [14] демонструють, як мілітарний досвід інкорпорується в сучасний мистецький контекст, стаючи джерелом нових сенсів та мовних форм, що виходить далеко за межі «літератури про війну».

Отже, розмивання меж суто «ветеранської теми» та її проникнення в різноманітні сфери публічного дискурсу є ключовим індикатором успішної інституціоналізації ветеранської політики в Україні.

#### **IV. Висновки**

Ціннісна трансформація медіатексту у висвітленні ветеранської політики відображає перехід від реактивної, емоційно-ситуативної моделі до проактивної, аналітично орієнтованої та етично вивіреної комунікації. У межах конструктивістського підходу медіатекст постає як простір формування нормативних моделей сприйняття ветеранів у суспільстві. У результаті дослідження

з'ясовано та схарактеризовано п'ять основних векторів ціннісної трансформації медійного дискурсу щодо ветеранської політики. Встановлено, що ключовою зміною є подолання дихотомії «герой/жертва» та утвердження моделі суб'єктності, у межах якої ветеран постає як носій досвіду, компетенцій і активний учасник суспільних процесів. Прагматизація медійного дискурсу зумовлює перехід до журналістики рішень, у межах якої медійні матеріали виконують просвітницьку, навігаційну та інтеграційну функції, пропонуючи моделі розв'язання соціальних проблем. Схарактеризовано етичну трансформацію медіатексту, що виявляється в стандартизації мовних і візуальних практик висвітлення чутливих тем та формуванні нової медійної чутливості до травматичного досвіду ветеранів. Водночас збереження стигматизаційних моделей у кримінальній хроніці вказує на співіснування нових і традиційних практик висвітлення. Визначено, що трансформація комунікаційної структури медіапростору виявляється в переході до поліцентричної моделі, у якій ветеранська спільнота виступає суб'єктом творення власних наративів. Розвиток нішевих медіа уможлиблює формування автономного комунікативного простору та сприяє налагодженню діалогу між військовим і цивільним. Окреслено, що інституціоналізація ветеранської тематики виявляється в її крос-секторальній інтеграції в різні сегменти медійного дискурсу, що свідчить про перехід від тематичної маргіналізації до статусу системного соціального явища.

Отже, трансформація медіатексту щодо ветеранської політики є комплексним процесом, що охоплює зміну моделей репрезентації, функцій, етичних стандартів і комунікаційних структур. Подальше дослідження цих процесів уможлиблює розробку професійних гайдлайнів для медіа, спрямованих на підтримку соціальної інтеграції ветеранів та зміцнення суспільної згуртованості.

#### Список використаної літератури

1. Бідзіля Ю., Толочко Н. (2025). Медіаобраз ветерана війни в регіональному онлайн-дискурсі: об'єктивність, упередженість та стандарти журналістики. *Наукові записки інституту журналістики*. 2025. № 87 (2). С. 175–189.
2. Бойко О. В Україні заснували нове ветеранське видавництво «Майстерня історій “Мріелов”». *Читомо*. 2024. URL: <https://chytomo.com/v-ukraini-zasnuvaly-nove-veteranske-vydavnytstvo-majsternia-istorij-mriielov/> (дата звернення: 26.11.2025).
3. Будняк К. М. Вербальна та візуальна репрезентація українських військовослужбовців після отримання поранень: обмежено придатних, із інвалідністю та протезуванням. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 5. Ч. 2. С. 163–169.
4. Ветеран Медіа. 2025. URL: <https://veteranmedia.org> (дата звернення: 25.11.2025).
5. Ветерани зможуть отримати грант на власний бізнес: що для цього потрібно. *Економічна правда*. 2023. URL: <https://epravda.com.ua/news/2023/04/10/698981/> (дата звернення: 23.11.2025).
6. Волкова Г. Поліцейські проти ветерана ЗСУ і його собаки: скандал у Полтаві – чому виник конфлікт? *Україна молода*. 2024. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/number/3989/188/192614/> (дата звернення: 23.11.2025).
7. Гриненко В. Mapу ветеранського бізнесу розробили у Львові. *The Village Україна*. 2024. URL: <https://www.village.com.ua/village/city/city-news/351599-mapu-veteranskogo-biznesu-rozrobili-u-lvovi> (дата звернення: 06.11.2025).
8. Гуржий В. У «Будинку з хлібною лавкою» відкриють ветеранський ресторан. *The Village Україна*. 2025. URL: <https://www.village.com.ua/village/food/food-news/368733-u-laquo-budinku-z-hlibnoyu-lavkoju-raquo-vidkriyut-veteranskiy-restoran> (дата звернення: 25.11.2025).
9. Денисюк М. Гроші для ветеранів. Vodafone, «Аврора» та інші великі компанії вклались у «ветеранські облігації» від учасника війни Сергія Позняка. Чим їх привабив проєкт. *Forbes Україна*. 2025. URL: <https://forbes.ua/money/avrora-vodafone-i-hd-group-ukrainskiy-biznes-vkladae-u-veteranski-obligatsii-yak-pratsyue-tsey-instrument-10042025-28795> (дата звернення: 15.11.2025).
10. Дячкіна А. Гранти для ветеранів: хто та як може отримати кошти на розвиток бізнесу. *Економічна правда*. 2023. URL: <https://epravda.com.ua/publications/2023/11/30/707098/> (дата звернення: 06.11.2025).
11. Загоруй А. Не на передовиці, а на передовій: видавництва військових і волонтерів в Україні. *Читомо*. 2022. URL: <https://chytomo.com/ne-na-peredovytsi-a-na-peredovij-vydavnytstva-vijskovykh-i-volonteriv-v-ukraini/> (дата звернення: 22.11.2025).
12. Кравченко А. Конфлікт на ринку у Фастові: ветеран поранив батька і вбив сина азербайджанця. *Антикор*. 2024. URL: [https://antikor.ua/articles/789544-konflikt\\_na\\_rynke\\_v\\_fastove\\_veteran\\_ranil\\_ottsa\\_i\\_ubil\\_syna\\_azerbajhdhantsa](https://antikor.ua/articles/789544-konflikt_na_rynke_v_fastove_veteran_ranil_ottsa_i_ubil_syna_azerbajhdhantsa) (дата звернення: 30.11.2025).
13. Кравченко О., Швець В., Мельник Л. Роль ветеранських організацій у реінтеграції та психологічній реабілітації ветеранів з інвалідністю в умовах військового та повоєнного часу. *Психологічний журнал*. 2024. № 11. С. 37–44.
14. Кушнірчук Н. Ветеран і письменник Віталій Запека: Гонорар отримав плитоносками й турнікетами. *Читомо*. 2025. URL: <https://chytomo.com/veteran-i-pysmennyk-vitalij-zapeka-honorar-otrymav-plytonoskamy-j-turniketamy/> (дата звернення: 18.11.2025).
15. Кушнірчук Н. Ветеранка ЗСУ Аліна Сарнацька: На фронті зрозуміла, що для мене має сенс тільки любити і писати. *Читомо*. 2025. URL: <https://chytomo.com/veteranka-zsu-alina-sarnatska-na-fronti-zrozumila-shcho-dlia-mene-maie-sens-tilky-liubyty-i-pysaty/> (дата звернення: 10.10.2025).

16. Максимець С. Як писати про ветеранів: рекомендації для медіа. *JTA*. 2023. URL: <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-pysaty-pro-veteraniv-rekomendatsii-dlia-media/> (дата звернення: 06.11.2025).
  17. Москаленко А. «Драматургія – це універсальний спосіб відновлення людини»: як працює Театр Ветеранів. *Рубрика*. 2024. URL: <https://rubryka.com/article/teatr-veteraniv/> (дата звернення: 18.11.2025).
  18. Новини ветеранів. 2025. URL: <https://nova.net.ua> (дата звернення: 26.11.2025).
  19. Павлюк А. Очільник МВС: 60% винуватців домашнього насильства – військові, їм потрібна психологічна реабілітація. *Українська правда. Життя*. 2024. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/bilshist-vinuvatciv-domashnogo-nasilstva-viyskovij-jim-treba-psihologichna-dopomoga-klimenko-302239/index.amr> (дата звернення: 19.11.2025).
  20. Портрет ветерана. *Український ветеранський фонд*. 2025. URL: <https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2025/12/Portret-veterana-2025.pdf> (дата звернення: 06.11.2025).
  21. Троян І. «Ми повертаємо українцям їхні суперможливості»: як працює центр воєнної травми Superhumans біля Львова. *Рубрика*. 2025. URL: <https://rubryka.com/article/superhumans-u-lvovi/> (дата звернення: 05.11.2025).
  22. Характер медіа. 2025. URL: <https://kharakter.media/> (дата звернення: 08.11.2025).
  23. Шинкаренко В. Для чого Україні потрібні суди у справах ветеранів. *Українська правда*. 2024. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2024/01/23/7438521/> (дата звернення: 06.11.2025).
  24. Шрамко Ю. У Києві за участю військового сталася ДТП, у якій загинула мати двох дітей, розпочато розслідування – ДБР. *УНН*. 2025. URL: <https://unn.ua/news/u-kyievi-za-uchastiu-viiskovoho-stalasia-dtp-u-yakii-zahynula-maty-dvokh-ditei-rozpochato-rozsliduvannia-dbr> (дата звернення: 19.12.2025).
  25. Як писати про ветеранів. Рекомендації для журналістів від Українського ветеранського фонду. 2023. URL: [https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2023/09/how\\_to\\_write\\_about\\_veterans.pdf](https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2023/09/how_to_write_about_veterans.pdf) (дата звернення: 06.11.2025).
  26. Ясько В. Брати по зброї. Як колишній «азовець» об'єднав землі 50 ветеранів у прибутковий бізнес. Історія аграрного «Едему». *Forbes Ukraine*. 2025. URL: <https://forbes.ua/company/brati-po-zbroi-yak-kolishniy-azovets-obednav-zemli-50-veteraniv-u-pributkoviy-biznes-02012025-25894> (дата звернення: 25.11.2025).
  27. Berger P. L., Luckmann T. The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge. New York : Anchor Books, 1966.
  28. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 1993. № 43 (4). P. 51–58.
  29. Fraser N. M., Turcan R. V. Reconstructing the social construction of reality. *The British Journal of Sociology*. 2025. № 76(3). P. 657–662.
  30. Gyldensted C. From mirrors to movers: Five elements of positive psychology in constructive journalism. 1st ed. Thousand Oaks : GGroup Publishing, 2015.
  31. Hall S. Representation: Cultural representations and signifying practices. Thousand Oaks : Sage Publications, 1997. 400 p.
  32. McIntyre K. Solutions journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice*. 2019. № 13 (1). P. 16–34.
- References**
1. Bidzilya, Yu., & Tolochko, N. (2025). Mediaobraz veterana viiny v rehionalnomu onlain-dyskursi: obiektyvnist, uperedzhenist ta standarty zhurnalistyky [Media image of a war veteran in regional online discourse: objectivity, bias and standards of journalism]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky*, 87 (2), 175–189. doi: 10.17721/2522-1272.2025.87.14 [in Ukrainian].
  2. Boiko, O. (2024). V Ukraini zasnuvaly nove veteranske vydavnytstvo «Maisternia istorii "Mriielov"» [A new veteran publishing house «Mastery of Stories "Mriielov"» was founded in Ukraine]. *Chytomo*. Retrieved from <https://chytomo.com/v-ukraini-zasnuvaly-nove-veteranske-vidavnytstvo-majsternia-istorij-mriielov/> [in Ukrainian].
  3. Budniak, K. M. (2025). Verbalna ta vizualna reprezentatsiia ukrainskykh viiskovosluzhbovtsiv pislia otrymannia poranen: obmezhenno prydatnykh, iz invalidnistiu ta protezuvanniam [Verbal and visual representation of Ukrainian servicemen after receiving injuries: limitedly fit, with disabilities and prosthetics]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 36 (75), 5, 2, 163–169 [in Ukrainian].
  4. Veteran Media [Veteran Media]. (2025). Retrieved from <https://veteranmedia.org/> [in Ukrainian].
  5. Veterany zmozhut otrymaty hrant na vlasnyi biznes: shcho dlia toho potribno [Veterans will be able to receive a grant for their own business: what is needed for this]. *Ekonomichna pravda*. 2023. Retrieved from <https://epravda.com.ua/news/2023/04/10/698981/> [in Ukrainian].
  6. Volkova, H. (2024). Politseiski proty veterana ZSU i ioho sobaky: skandal u Poltavi – chomu vynyk konflikt? [Police officers against a veteran of the Armed Forces of Ukraine and his dog: a

- scandal in Poltava – why did the conflict arise?]. *Ukraina moloda*. Retrieved from <https://umoloda.kyiv.ua/number/3989/188/192614/> [in Ukrainian].
7. Hrynenko, V. (2024). Mapu veteranskoho biznesu rozroblyu u Lvovi [A map of veterans' business was developed in Lviv]. *The Village Ukraine*. Retrieved from <https://www.village.com.ua/village/city/city-news/351599-mapu-veteranskogo-biznesu-rozrobili-u-lvovi> [in Ukrainian].
  8. Hurzhyy, V. (2025). U «Budyнку z khlibnoiu lavkoiu» vidkryiut veteranskyi restoran [A veterans' restaurant will open in the «House with a Bread Shop»]. *The Village Ukraine*. Retrieved from <https://www.village.com.ua/village/food/food-news/368733-u-laquo-budinku-z-hlibnoyu-lavkoyu-raquo-vidkryiut-veteranskiy-restoran> [in Ukrainian].
  9. Denysyuk, M. (2025). Hroshi dlia veteraniv. Vodafone, «Avrora» ta inshi velyki kompanii vkladys u «veteranski oblihotsii» vid uchasnyka viiny Serhii Pozniaka. Chym yikh pryvabyv proiekt [Money for veterans. Vodafone, Aurora and other large companies invested in «veteran bonds» from war participant Serhiy Poznyak. What attracted them to the project]. *Forbes Ukraine*. Retrieved from <https://forbes.ua/money/avrora-vodafone-i-hd-group-ukrainskiy-biznes-vkladae-u-veteranski-obligatsii-yak-pratsyue-tsey-instrument-10042025-28795> [in Ukrainian].
  10. Diachkina, A. (2023). Hranty dlia veteraniv: khto ta yak mozhe otrymaty koshty na rozvytok biznesu [Grants for veterans: who and how can receive funds for business development]. *Ekonomichna pravda*. Retrieved from <https://pravda.com.ua/publications/2023/11/30/707098/> [in Ukrainian].
  11. Zahorui, A. (2022). Ne na peredovytsi, a na peredovii: vydavnytstva viiskovykh i volonteriv v Ukraini [Not on the front page, but on the front line: military and volunteer publishing houses in Ukraine]. *Chytomo*. Retrieved from <https://chytomo.com/ne-na-peredovytsi-a-na-peredovij-vidavnytstva-viiskovykh-i-volonteriv-v-ukraini/> [in Ukrainian].
  12. Kravchenko, A. (2024). Konflikt na rynku u Fastovi: veteran poranyv batka i vbyv syna azerbaijdzhantsia [Conflict at the market in Fastiv: a veteran wounded his father and killed the son of an Azerbaijani]. *Antykor*. Retrieved from [https://antikor.ua/articles/789544-konflikt\\_na\\_rynke\\_v\\_fastove\\_veteran\\_ranil\\_ottsa\\_i\\_ubil\\_syna\\_azerbajhdhantsia](https://antikor.ua/articles/789544-konflikt_na_rynke_v_fastove_veteran_ranil_ottsa_i_ubil_syna_azerbajhdhantsia). [in Ukrainian].
  13. Kravchenko, O., Shvets, V., & Melnyk, L. (2024). Rol veteranskykh orhanizatsii u reintehratsii ta psykholohichnii reabilitatsii veteraniv z invalidnistiu v umovakh viiskovoho ta povoiennoho chasu [The role of veteran organizations in the reintegration and psychological rehabilitation of veterans with disabilities in the conditions of war and post-war times]. *Psykholohichniy zhurnal*, 11, 37–44. doi: 10.31499/2617-2100.11.2023.298401 [in Ukrainian].
  14. Kushnirchuk, N. (2025). Veteran i pysmennyk Vitalii Zapeka: Honorar otrymav plytonoskamy i turniketamy [Veteran and writer Vitaliy Zapeka: He received his fee with plate carriers and turnstiles]. *Chytomo*. Retrieved from <https://chytomo.com/veteran-i-pysmennyk-vitalij-zapeka-honorar-otrymav-plytonoskamy-j-turniketamy/> [in Ukrainian].
  15. Kushnirchuk, N. (2025). Veteranka ZSU Alina Sarnatska: Na fronti zrozumila, shcho dlia mene maie sens tilky liubyty i pysaty [Veteran of the Armed Forces of Ukraine Alina Sarnatska: At the front, I realized that for me it only makes sense to love and write]. *Chytomo*. Retrieved from <https://chytomo.com/veteranka-zsu-alina-sarnatska-na-fronti-zrozumila-shcho-dlia-mene-maie-sens-tilky-liubyty-i-pysaty/> [in Ukrainian].
  16. Maksymets, S. (2023). Yak pysaty pro veteraniv: rekomendatsii dlia media [How to write about veterans: recommendations for the media]. *JTA*. Retrieved from <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-pysaty-pro-veteraniv-rekomendatsii-dlia-media/> [in Ukrainian].
  17. Moskalenko, A. (2024). «Dramaturhiia – tse universalnyi sposib vidnovlennia liudyny»: yak pratsiuie Teatr Veteraniv [«Drama is a universal way of restoring a person»: how the Veterans Theater works]. *Rubryka*. Retrieved from <https://rubryka.com/article/teatr-veteraniv/> [in Ukrainian].
  18. Novyny veteraniv [Veterans News]. 2025. Retrieved from <https://nova.net.ua> [in Ukrainian].
  19. Pavliuk, A. (2024). Ochilnyk MVS: 60% vynuvaltiv domashnoho nasylstva – viiskovi, yim potribna psykholohichna reabilitatsiia [Head of the Ministry of Internal Affairs: 60% of perpetrators of domestic violence are military, they need psychological rehabilitation]. *Ukrainska pravda. Zhyttia*. Retrieved from <https://life.ppravda.com.ua/society/bilshist-vinuvatciv-domashnogo-nasilstva-viiskovi-jim-treba-psihologichna-dopomoga-klimenko-302239/index.amp> [in Ukrainian].
  20. Portret veterana [Ukrainian Veterans Fund]. *Ukrainskyi veteranskyi fond*. 2025. Retrieved from <https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2025/12/Portret-veterana-2025.pdf> [in Ukrainian].
  21. Troian, I. (2025). «My povertaiemo ukraintsiam yikhni supermozhlyvosti»: yak pratsiuie tsentr voiennoi travmy Superhumans bilia Lvova [«We are returning Ukrainians their superpowers»: How the Superhumans war trauma center near Lviv works]. *Rubryka*. Retrieved from <https://rubryka.com/article/superhumans-u-lvovi/> [in Ukrainian].
  22. Kharakter media [The nature of the media]. 2025. Retrieved from <https://kharakter.media/> [in Ukrainian].

23. Shynkarenko, V. (2024). Dlia choho Ukraini potribni sudy u spravakh veteraniv [Why does Ukraine need veterans' courts?]. *Ukrainska pravda*. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/columns/2024/01/23/7438521/> [in Ukrainian].
24. Shramko, Yu. (2025). U Kyievi za uchastiu viiskovoho stalasia DTP, u yakii zahynula maty dvokh ditei, rozpochato rozsliduvannia – DBR [In Kyiv, a military man was involved in a road accident in which a mother of two children died, an investigation has been launched – SBR]. *UNN*. Retrieved from <https://unn.ua/news/u-kyievi-za-uchastiu-viiskovoho-stalasia-dtp-u-yakii-zahynula-maty-dvokh-ditei-rozpochato-rozsliduvannia-dbr> [in Ukrainian].
25. Yak pysaty pro veteraniv. Rekomendatsii dlia zhurnalistiv vid Ukrainskoho veteranskoho fondu [How to write about veterans. Recommendations for journalists from the Ukrainian Veterans Fund]. 2023. Retrieved from [https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2023/09/how\\_to\\_write\\_about\\_veterans.pdf](https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2023/09/how_to_write_about_veterans.pdf) [in Ukrainian].
26. Yasko, V. (2025). Braty po zbroi. Yak kolyshnii «azovets» obiednav zemli 50 veteraniv u prybutkovyi biznes. Istoriiia aharnoho «Edemu» [Brothers in arms. How a former «Azovets» united the lands of 50 veterans into a profitable business. The history of the agricultural «Eden»]. *Forbes Ukraine*. Retrieved from <https://forbes.ua/company/brati-po-zbroi-yak-kolishniy-azovets-obiednav-zemli-50-veteraniv-u-pributkoviy-biznes-02012025-25894> [in Ukrainian].
27. Berger, P. L., & Luckmann T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. New York: Anchor Books [in English].
28. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51–58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x [in English].
29. Fraser, N. M., & Turcan, R. V. (2025). Reconstructing the social construction of reality. *The British Journal of Sociology*, 76 (3), 657–662. DOI: 10.1111/1468-4446.13190 [in English].
30. Gyldensted, C. (2015). *From mirrors to movers: Five elements of positive psychology in constructive journalism*. 1st ed. GGroup Publishing [in English].
31. Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Thousand Oaks: Sage Publications [in English].
32. McIntyre, K. (2019). Solutions journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice*, 13 (1), 16–34. doi: 10.1080/17512786.2017.1409647 [in English].

Стаття надійшла до редакції 12.02.2026.

Received 12.02.2026.

---

**Ponomarenko L., Madei A. Value Transformation of Media Text in Coverage of Veterans' Policy**

*The aim of the article is to identify and characterize the main vectors of the value transformation of media texts in the coverage of veteran policy, as well as to determine the specifics of changing models of veterans' representation in the contemporary Ukrainian media space.*

**Research methodology.** *The study applies a constructivist approach to the analysis of media texts as an instrument of the social construction of reality; discourse analysis to identify the peculiarities of linguistic practices and normative models of veterans' representation; frame analysis to determine dominant models of interpreting veteran-related issues; content analysis of media materials to reveal the specifics of covering veteran policy; and case analysis to examine particular practices of solutions journalism, ethical representation, and the activities of niche veteran media.*

**Results.** *The transformation of media texts in the coverage of veteran policy is manifested in the transition from an emotional and situational model to a systemic, analytical, and ethically balanced discourse. The study identifies five main vectors of this transformation: overcoming the "hero/victim" dichotomy and establishing a model of subjectivity; the pragmatization of discourse and the development of solutions journalism; ethical recalibration and the formation of new media sensitivity; the transformation of the communication structure of the media space through the development of niche veteran media; and the institutionalization of veteran-related issues through their cross-sectoral integration into different segments of media discourse.*

**Scientific novelty.** *The article identifies the main vectors of the value transformation of media texts in the coverage of veteran policy and substantiates the media text as a space for the formation of new models of veterans' representation in the context of the social construction of reality.*

**Practical significance.** *The findings of the study may be used in the development of professional media guidelines for covering veteran-related issues, improving journalistic standards for reporting on sensitive topics, and supporting the processes of veterans' social integration.*

**Key words:** *media text, veteran policy, media discourse, social construction of reality, veterans' representation, solutions journalism, niche media.*