

УДК 316.774:316.647.5:355.292-056.26(477)“2022/...”
DOI: 10.20535/2077-7264.1(91).2026.356899

© **О. О. Полумисна***, канд. філол. наук, Харківський
національний університет імені В. Н. Каразіна,
Харків, Україна

**СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ МЕДІЙНИХ НАРАТИВІВ
ЩОДО ВЕТЕРАНІВ ЗСУ З ІНВАЛІДНІСТЮ:
МІЖ СТИГМАТИЗАЦІЄЮ ТА ФОРМУВАННЯМ
ІНКЛЮЗИВНОГО СУСПІЛЬСТВА ПІСЛЯ 2022 РОКУ**

**У статті проаналізовано соціальні наслідки медійних
наративів щодо ветеранів ЗСУ з інвалідністю та виявлено
структурну й ціннісну суперечність, що сформувалася
в сучасному українському суспільстві після 2022 р.**

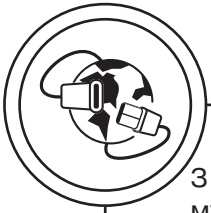
**Ключові слова: військові з інвалідністю; медіа; реінтеграція;
адаптація; медійні наративи; стигматизація; інклюзія.**

Постановка проблеми

Повномасштабна війна проти України, що розпочалася у 2022 р., спровокувала не лише безпрецедентну безпекову, політичну й економічну кризи, а й фундаментальні демографічні та соціокультурні зсуви, які матимуть довгостроковий вплив на розвиток держави. Одним із найбільш значущих наслідків інтенсивних бойових дій стало стрімке та масове зростання кількості осіб з інвалідністю. Соціологічні та демографічні дослідження фіксують, що лише за період 2022–2023 рр. загальна кількість людей з інвалідністю в Україні зросла на 110–300 тисяч осіб, і значну частку цієї нової демографічної групи становлять ветерани Збройних Сил України, які отримали важкі бойові травми, поранення, контузії та каліцтва. Ця нова соціальна реальність вимагає негайної і глибокої транс-

формації державних соціальних інститутів, медичної інфраструктури, економічних моделей працевлаштування та, що є найважливішим і найскладнішим, суспільної свідомості [1, 2].

У процесі конструювання соціальної реальності, трансляції цінностей і формування суспільних уявлень про інвалідність провідну, а іноді й визначальну роль відіграють засоби масової інформації. Сучасні медіа не просто пасивно відображають об’єктивну дійсність; вони активно конструюють її, створюючи специфічні семантичні й емоційні рамки (фрейми), крізь які цивільне суспільство сприймає ветеранів, що повертаються з фронту. Наукова проблема, яка потребує аналізу та є центральним фокусом цього дослідження, полягає у вираженій подвійності та суперечливості сучасних медійних наративів в Україні.



З одного боку, в інформаційному просторі спостерігається інтенсивна героїзація військовослужбовців, зведення їх до статусу непогрішних національних символів [3]. З іншого боку, паралельно розгортається процес їхньої прихованої, латентної чи навіть відкритої стигматизації, що базується на патерналістських установках, жалості, стереотипах і глибоких страхах цивільного населення перед травмою та війною як такою.

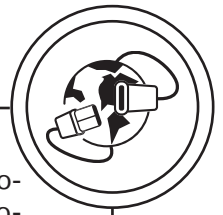
Аналіз попередніх досліджень

На сьогодні ця тема вивчається в праці Castle, C. L., Heinze, N., & Gomes, R. S. M., які акцентують на особливостях реабілітації військових з інвалідністю за допомогою спорту. Автори дослідили досвід участі команди України в міжнародному спортивному заході для ветеранів з інвалідністю і встановили користь для фізичного та емоційного здоров'я та важливість соціальних аспектів заходу. Важливу роль ветеранських організацій у процесі реінтеграції воїнів з інвалідністю в Україні визначають О. Кравченко, В. Швець, Л. Мельник. Ними проаналізовано види послуг, які надаються ветеранськими організаціями, та встановлено їх значимість для військових з інвалідністю. Аналогічну тему вивчають Ю. Бідзіля та Н. Толочко, які, спираючись на опитування 2025 р. про настрої в суспільстві про ветеранів російсько-української війни та публікації про ветеранів і ветеранок, акцентують на дискримінаційних моментах, зокрема жалісливому ставленні до ветеранів з ампутаціями. Дослідники пропонують

підходи для розв'язання проблеми об'єктивного формування образу військових в медіапросторі. К. Будняк аналізував візуальну та вербальну репрезентацію військовослужбовців з інвалідністю в медіа, у результаті чого встановив зміщення акцентів із ветерана з інвалідністю на його травму. О. Зіненко досліджує інформацію про військових з інвалідністю в контексті медіатизації потреб людей з інвалідністю в соціальних мережах під час повномасштабного російського вторгнення в Україну. Окрім того, нами в попередніх дослідженнях, зокрема у статті «The image of servicemen with disabilities in Ukrainian online media: problematic and thematic aspect of publications», проаналізовано проблемно-тематичний аспект публікацій та встановлено колізійність у ставленні до військових з інвалідністю на початку повномасштабної війни, вираженій подвійності та суперечливості сучасних медійних наративів в Україні. Відповідно, важливим у цьому контексті буде аналіз соціальних наслідків медійних наративів щодо ветеранів ЗСУ з інвалідністю та вияв структурної та ціннісної суперечності, сформованої в сучасному українському суспільстві після 2022 р.

Мета роботи

З'ясування соціальних наслідків медійної репрезентації ветеранів ЗСУ з інвалідністю після 2022 р., визначення механізмів впливу цих наративів на процеси соціальної адаптації, а також окреслення ролі медіа в критично важливому переході від стигматизуючих практик до розбудови інклюзивного суспільства. Відпо-



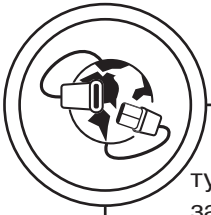
відно до поставленої мети, основними завданнями дослідження є деконструкція панівних медійних наративів, аналіз їх впливу на економічну та психологічну інтеграцію ветеранів, а також систематизація позитивних інклюзивних практик у сучасному медіа-просторі.

Результати проведених досліджень

Методологічна база розвідки спирається на методи аналізу та синтезу. Основу становить аналіз контенту загальнонаціональних та регіональних онлайн-медіа. Як доводить практика сучасної науки, саме регіональні ЗМІ відображають реальний контекст життя ветеранів на місцях, де їхні особисті історії персоналізують війну та формують ставлення громади до військових з інвалідністю. У рамках методологічної верифікації розглянуто приклади досліджень, таких як аналіз публікацій про ветеранів і ветеранок у впливових онлайн-медіа регіонального рівня, що дозволило виявити відхилення від етичних норм: від матеріалів з негативною конотацією до надмірної, відірваної від життя героїзації. Джерельна база дослідження є репрезентативною та включає останні загальнонаціональні опитування Соціологічної групи «Рейтинг» (зокрема за грудень 2024 р.), аналітичні звіти Міністерства у справах ветеранів України, Міністерства економіки України, програмні матеріали Українського ветеранського фонду, міжнародних організацій (IREX), Комісії з журналістської етики, а також фахові наукові публікації з соціології, комунікативістики та соціальної психології.

Теоретичне осмислення феномену інвалідності історично еволюціонувало через зміну глибинних парадигм, які визначали місце, статус та права людини з функціональними порушеннями в соціумі. Протягом тривалого часу, зокрема в радянській і ранній пострадянській періоди, домінувала медична модель інвалідності. У межах цієї парадигми фізичні, сенсорні або ментальні порушення розглядали виключно як проблему самої людини, індивідуальну трагедію або біологічний дефект організму, що потребує обов'язкового медичного втручання, лікування, виправлення або ж, у разі неможливості такого, — соціальної ізоляції. Людина з інвалідністю в такій системі координат об'єктивується, втрачає суб'єктність і перетворюється виключно на пацієнта, тоді як держава та суспільство беруть на себе суто патерналістську функцію «опікуна», що розподіляє пільги.

На противагу медичному підходу соціальна модель інвалідності, яка поступово інтегрується в український соціокультурний простір наприкінці ХХ–на початку ХХІ ст., постулює інший принцип: інвалідність є наслідком не стільки фізіологічних порушень індивіда, скільки наявності нездоланих соціальних, інфраструктурних, архітектурних і комунікаційних бар'єрів. Тобто саме суспільство своєю неадаптованістю та нормативною жорсткістю обмежує можливості людини, перетворюючи фізичне порушення на соціальну неповносправність. Еволюція академічної та суспільної термінології в Україні яскраво ілюструє цей болісний концеп-



туальний перехід. Дослідники зазначають, що термінологія постійно еволюціонувала: від відкрито стигматизуючих ярликів минулого, коли людей називали соціальними аутсайдерами, каліками чи визначали їх виключно за діагнозами (наприклад, терміни на кшталт «дауни» чи «децепешники»), суспільство переходить до концепту «людина з інвалідністю». Цей термін, закріплений на законодавчому рівні у 2017 р., базується на принципі «people-first language» — на перше місце ставиться людина як багатогранна особистість, а її інвалідність розглядається лише як одна з характеристик, а не визначальний чинник її ідентичності [4]. Саме цей концептуальний зсув є наріжним каменем концепції інклюзивного суспільства — середовища, яке не вимагає від людини «виправитися» під норму, а априорі враховує різноманіття людського досвіду, пристосовується до потреб кожного громадянина для забезпечення його повноцінної участі в економічному, політичному та культурному житті.

У контексті конструювання соціальної дійсності ЗМІ функціонують як найпотужніший інструмент формування соціальної реальності. Відповідно до сучасних комунікативних і конструктивістських теорій, медіа не є нейтральним дзеркалом, що об'єктивно відображає світ. Вони здійснюють безперервну селекцію подій, наділяючи їх певною значущістю через застосування специфічних нарративних стратегій. Висвітлюючи тему ветеранів з інвалідністю, медіа створюють так звані фрейми — інтерпретативні рамки, які підказують аудиторії,

як саме слід розуміти ту чи іншу ситуацію [5]. Ці нарративні стратегії можуть коливатися в широкому діапазоні: від трагічного фаталізму, де поранення подається як кінець життя, до триумфального подолання труднощів у стилі голлівудського кінематографа.

Символічна влада медійних образів полягає у їхній здатності нормалізувати певні типи соціальної поведінки, реакцій і ставлень. Коли регіональні чи загальнонаціональні ЗМІ систематично використовують певні епітети (наприклад, «прикутий до візка», «скалічений війною») або специфічні візуальні образи (фокусування камери на ампутованій кінцівці, а не на обличчі співрозмовника), вони легітимізують ці дискурсивні конструкції в масовій свідомості. Як свідчить дискурс-аналіз медіаобразу ветерана в українському інформаційному просторі, особисті історії мають величезний потенціал: вони персоналізують війну, перетворюючи суху статистику Генерального штабу на емоційно насичений, живий контент.

Розуміння соціальних наслідків медійних нарративів неможливе без звернення до концепції стигматизації. Соціальна стигма описує процес знецінення індивіда на основі певної «небажаної» відмінності чи атрибуту, який дискредитує його в очах суспільства. У випадку ветеранів ЗСУ з інвалідністю соціальна стигма часто набуває складних, латентних (прихованих) форм. Маргіналізація та соціальне виключення відбуваються не обов'язково через відкритую ворожість чи агресію з боку цивільних; найчастіше вони проявляються через формування просторових



і соціальних дистанцій, уникнення зорового контакту, надмірна обережність у спілкуванні або ж, навпаки, через нав'язливе й недоречне розпитування про обставини отримання травми.

Визначальною в процесі формування та закріплення дискримінаційних практик є роль мови. Використання некоректної, застарілої термінології — такої як використання слова «інвалід» як іменника, що поглинає всю ідентичність особи, — неминуче закріплює в суспільства негативне, зверхнє або жалісливе ставлення. Мова структурує мислення, визначаючи межі соціального прийняття. Саме тому на державному рівні ініційовано створення таких інструментів, як «Довідник безбар'єрності» (б.д.), метою якого є деконструкція мовних бар'єрів. Довідник пропонує стандартизовані, коректні відповідники, що формують культуру поваги (наприклад, замість «інвалід» — «людина з інвалідністю», замість «бомж» — «бездомна людина» тощо). Зміна мовного коду розглядається як перший, але необхідний крок до подолання фізичних і соціальних бар'єрів. Бо, наприклад, після Другої світової війни радянське суспільство називало військових з інвалідністю «обрубками», «самоварами», що в результаті сформувало в свідомості соціуму думку про неповноцінність цих людей і, відповідно, впливало на ставлення до них.

Наразі масштаби інвалідизації населення України внаслідок повномасштабного російського вторгнення стають безпрецедентними для європейського континенту з часів Другої світової

війни. Зафіксоване зростання загальної кількості осіб з інвалідністю на сотні тисяч осіб супроводжується кардинальною зміною самої структури інвалідності в державі. Особливої уваги заслуговує типологія бойових травм сучасної війни високої інтенсивності. Вона включає надзвичайно високий відсоток складних мінно-вибухових травм, політраум, множинних ампутацій верхніх та нижніх кінцівок, важких черепно-мозкових травм, втрати зору та слуху внаслідок баротравм, а також глибоких психологічних уражень, зокрема посттравматичного стресового розладу (ПТСР). За даними спеціалізованих медико-соціальних досліджень, проведених на базі бюро медико-соціальної експертизи (МЦЕК), у структурі травм ветеранів, що проходять переосвідчення, домінують важкі ураження опорно-рухового апарату, які вимагають складного багаторівневого протезування та тривалої специфічної ерготерапії [6].

Процес реінтеграції та повернення ветерана з важкою інвалідністю до цивільного життя є складним, багатовимірним і пов'язаним із критичними соціальними викликами, до яких суспільство виявилось інституційно не готовим. Етап медичного порятунку, фізичної та базової психологічної реабілітації є лише початком довгого шляху. Значно складнішою і тривалішою проблемою виявляється подальша економічна інтеграція, соціалізація та працевлаштування [1]. Соціологічні опитування, проведені Українським ветеранським фондом та соціологічною групою «Рейтинг» стабільно фіксують, що відсутність інклюзивного архітектурного простору



та неадаптовані робочі місця залишаються серед найголовніших ризиків і бар'єрів, з якими щодня стикаються ветерани [10].

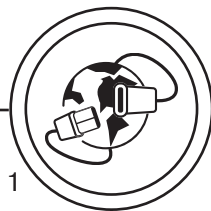
Державний апарат намагається реагувати на ці виклики запровадженням фінансових інструментів та програм стимулювання бізнесу. Прикладом є урядова програма 2023–2024 рр., у межах якої держава компенсувала роботодавцям 129 млн грн за облаштування робочих місць для майже 2000 працевлаштованих людей з інвалідністю. Середній розмір компенсації становив близько 69 тисяч грн на одне робоче місце, при цьому максимальні ліміти з 2025 р. визначені на рівні до 120 тисяч грн за облаштування місця для особи з I групою інвалідності та до 80 тисяч грн — для II групи. За ці кошти бізнес закуповував спеціалізовані меблі для осіб з травмами опорно-рухового апарату, сходові гусеничні підйомники для працівників на кріслах колісних, екрани для людей з порушенням зору та спеціалізовану фурнітуру для осіб з порушеннями слуху [7]. Проте, попри наявність таких програм, статистика, наведена в дослідженні образу ветеранів в українському суспільстві, свідчить про низьку ефективність загальнонаціональної інклюзії: 53 % громадян вважають державні ініціативи зі створення безбар'єрного простору відверто неефективними [8]. Це підкреслює глибокий розрив між декларативною державною політикою та реальними процесами адаптації на місцях, де ветерани продовжують стикатися з принизливими бюрократичними перепонами при оформленні соціальних пільг і гострими конфліктами

в родинях, що не витримують тягаря посттравматичної адаптації.

В умовах тривалої війни суспільство формує вкрай складну, багатозарову й часто амбівалентну ідентичність ветерана. З одного боку, ветеран виступає абсолютним, сакралізованим символом героїзму та національної стійкості. Рівень суспільної довіри (у табл. 1) до військових залишається безпрецедентно високим і є найбільшим серед усіх соціальних інститутів, хоча він і має значну градацію залежно від специфіки служби.

З іншого боку, паралельно з героїзацією, ветерани (особливо з видимими ознаками інвалідності) конструюються у суспільній свідомості як глибоко соціально вразлива група. Абсолютна більшість суспільства декларує повагу до них (за даними опитування, проведеного соціологічною групою «Рейтинг» з ініціативи «Українського ветеранського фонду», 78 % опитаних вважають, що суспільство сьогодні поважає ветеранів), проте водночас цивільні відчувають тотальне незрозуміння того, як саме з ними взаємодіяти на побутовому, неформальному рівні. Ця подвійність ідентичності — розрив між монументальним «бронзовим героєм» і вразливою соціальною «жертвою», яка потребує опіки, — створює жорсткий когнітивний дисонанс. Саме цей дисонанс активно ретранслюється, підсилюється і, значною мірою, генерується сучасним медіапростором [9].

У такому медіаконтексті образ пораненого воїна з інвалідністю часто інструменталізується журналістами. Він використову-



Таблиця 1

Рівень довіри суспільства до військових

Категорія військовослужбовців / ветеранів	Рівень суспільної довіри (вересень-грудень 2025 р.)
Військовослужбовці ЗСУ, які служать безпосередньо на передовій	96 %
Ветерани нинішньої повномасштабної війни	92 %
Ветерани АТО/ООС (періоду 2014–2021 рр.)	87 %
Військовослужбовці, які проходять службу в тилу	81 %

Джерело структурованих даних: Загальнонаціональне опитування Со-ціологічної групи «Рейтинг», вересень-грудень 2025 р. [10].

ється як засіб емоційної мотивації цивільного населення, нагадування про непомірну ціну свободи, тригер для збільшення донатів на армію та заклик до беззаперечного єднання. Однак цілковите підпорядкування медійного дискурсу виключно мобілізаційним цілям часто призводить до фатального спрощення багатогранного, складного та часто болючого індивідуального досвіду ветеранів з інвалідністю.

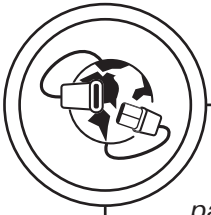
Аналіз українського інформаційного простору дозволяє виокремити чотири домінантні типи медійних наративів, які найчастіше застосовують журналісти під час висвітлення теми повернення ветеранів:

1. *Героїчний наратив*. Він максимально фокусується на надлюдських зусиллях, феноменальній мужності, жертвовності та спортивних чи життєвих перемогах після травми. Ветеран зображується як незламний титан. Хоча цей наратив покликаний віддати шану захисникам, експерти, зокрема Л. Замірська, А. Селянінова, наголошують на його небезпеці: надмірна героїзація створює образ супергероя і парадоксальним чином позбавляє реального вете-

рана фундаментального права на людську слабкість, звичайну втому, депресію чи розчарування. Ветеран починає відчувати провини, якщо його реабілітація не виглядає як історія успіху з обкладинки журналу [3].

2. *Гуманітарний (волонтерський) наратив*. Цей фрейм зосереджений на процесах порятунку, логістиці складної медичної допомоги, зборах коштів на біонічне протезування (часто з акцентом на лікування за кордоном) та ролі волонтерів. У цьому наративі ветеран мимоволі втрачає власну суб'єктність, виступаючи скоріше як пасивний об'єкт піклування і порятунку з боку альтруїстичного суспільства [11].

3. *Трагедійний наратив*. Робить гіпертрофованим акцент на неправних втратах, зламаних долях, нестерпному фізичному та моральному болю. Цей підхід часто використовує дешеву емоційну драматизацію як інструмент клікбейту для залучення та утримання уваги аудиторії. Він несе величезний ризик перетворення живої людини з її планами на майбутнє виключно на похмурий символ національної скорботи [3].



4. *Соціально-проблемний наратив*. Є найменш поширеним у кількісному вимірі, але найбільш конструктивним з точки зору соціального результату. Він фокусується на висвітленні системних проблем: знущання та хабарництва в системах ВЛК та МСЕК, відсутність пандусів та ліфтів у містах, складнощі з працевлаштуванням та байдужість локальних чиновників. Цей наратив спонукає місцеву владу до конкретних дій. Проте, як свідчать дослідження регіонального онлайн-дискурсу Закарпаття (вибірка понад 1000 публікацій), журналісти здебільшого продукують матеріали-передруки офіційних пресрелізів, тоді як оригінальних, глибоких аналітичних публікацій про інфраструктурні проблеми ветеранів критично мало [12].

Сучасна українська журналістика перебуває у складному стані транзиту. З одного боку, відбувається активна імплементація мови інклюзії. Завдяки просвітницьким кампаніям та інтеграції матеріалів «Довідника безбар'єрності» у редакційні політики, відбувається поступове витіснення з ужитку лексики радянського зразка. Конструкції «людина з інвалідністю», «особа, яка користується кріслом колісним», «ветерани та ветеранки» стають галузевим стандартом [13]. З іншого боку, в умовах жорсткої конкуренції за увагу читача, медіа досі масово вдаються до сенсаційності та емоційної драматизації. Процес довготривалого, рутинного і часто болісного відновлення людини з інвалідністю перетворюється на інформаційне шоу, що експлуатує природну чутливість аудиторії, нехтуючи правом героя матеріалу на приватність.

Незважаючи на загалом сприятливий макросоціологічний фон (64 % респондентів вважають, що образ ветеранів у ЗМІ є переважно позитивним), глибинний експертний дискурс-аналіз фіксує наявність масової прихованої стигматизації [14]. Її найпоширенішим механізмом є редукація цілісної особистості виключно до травми. У переважній більшості репортажів бекграунд ветерана — його цивільна професія, здобута освіта, роль у сім'ї, хобі, професійні амбіції — повністю нівелюється. У фокусі залишається лише сам факт поранення, ампутації та героїчної евакуації. Це мимовільно формує одновимірний образ «вічної жертви війни», ідентичність якої назавжди визначена фактом каліцтва. Експерти Donbas Media Forum 2025, критикуючи такий підхід, наголошують на критичній потребі показувати не лише саму травму, а й життєвий розвиток, здатність до відновлення, гумор і внутрішню силу, які є невід'ємною частиною повноцінного життя людини після завершення служби [15].

Співчуття, що транслюється через медійні канали, на практиці часто виявляється не формою справжньої емпатії, а формою соціального дистанціювання. Патерналістський дискурс закріплює невидиму ієрархію, у якій цивільне суспільство поблажливо допомагає ветерану-герою. Сучасні медійні практики часто скочуються до так званої «жалісної репрезентації» (в англійській соціології — *inspiration porn*), коли людину з інвалідністю перетворюють на об'єкт натхнення для цивільних виключно через сам факт того, що вона здатна виконувати ба-



зові життєві дії (сходити в магазин, займатися в залі) попри відсутність кінцівок [14]. Такі матеріали викликають гостре відторгнення та критику в самих військових і ветеранів. Як зазначають профільні аналітики, ветеранам потрібне спокійне, поважне ставлення та визнання їхнього внеску, а не створення недосяжного героїчного ідола чи об'єкта для гіпертрофованого жалю. Самі військові закликають відійти від образу «людини, яка ходить по довідки» і перейти до партнерської комунікації, адже медіа-героїзація може лише збільшити соціальний бар'єр між ветеранами та цивільними [16].

Ще одним вкрай небезпечним наслідком недбалості медійної презентації є масова стереотипізація. У суспільстві формується стійкий і токсичний образ «психологічно травмованого, неконтрольованого солдата», який нібито становить латентну загрозу для мирного середовища [14].

За даними соціологічних досліджень, значна частина цивіль-

ного населення вбачає серйозні деструктивні ризики у поверненні ветеранів до їхніх громад (табл. 2). Динаміка показує, що з весни до зими 2025 р. страх суспільства перед цими ризиками лише посилюється [14].

Медіа часто несвідомо легітимізують ці глибинні страхи суспільства, фокусуючись на кримінальних хроніках. Журналісти схильні навмисно зазначати статус «ветеран» у заголовках новин про побутові конфлікти чи ДТП навіть там, де цей соціальний статус не має жодного відношення до суті правопорушення. Це стигматизує всю соціальну групу, поглиблюючи прірву між військовим та цивільним досвідом і формуючи паралізуючий страх суспільства перед своїми захисниками [14].

Конструйований медійний дискурс має безпосередній та відчутний вплив на формування громадської думки, яка, у свою чергу, визначає політику соціальної підтримки та рівень соціальної напруги. Систематичне висвітлення як індивідуальних трагедій, так і

Таблиця 2

Рівень побоювання ветеранів у соціумі

Очікувані суспільством ризики при поверненні ветеранів	Рівень побоювання у соціумі (грудень 2025 р.)
Психоемоційна нестабільність ветеранів	Дуже високий (домінує серед усіх ризиків)
Конфлікти в сім'ях та родинах	Високий
Зловживання алкоголем або наркотичними речовинами	Зростання ризику порівняно з березнем 2024 р.
Зростання рівня злочинності та порушення законів	Близько половини опитаних вбачають такий ризик
Ризик самогубств серед ветеранів	Залишається високим, хоча дещо знизився з весни 2024 р.

Джерело структурованих даних: Аналіз ризиків реінтеграції, Соціологічна група «Рейтинг» [9, 10].



прорахунків державної соціальної політики (корупція в медичних комісіях, бюрократичне знуцання при оформленні статусів) формує глибокий соціальний песимізм. Статистика вказує на стрімку кризу довіри до державних інституцій у питаннях захисту ветеранів: якщо у серпні 2022 р. 69 % українців вважали, що держава належним чином виконує свої зобов'язання перед ветеранами, то до грудня 2024 р. цей показник катастрофічно обвалився до 25 %. Головним відповідальним за цей провал 59 % громадян вважають Верховну Раду України, 30 % — Кабінет Міністрів, і 28 % — інститут Президента [17].

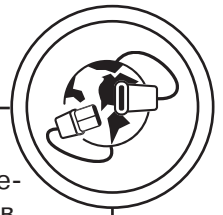
Окремо слід відзначити когнітивний розрив між інформаційною картинкою та життєвими реаліями. 36 % громадян (особливо ті, хто має у родині ветеранів) відверто зазначають, що глянцевої, позитивний образ ветеранів, який продукується в ЗМІ, абсолютно не відповідає суворій реальності, де бракує якісного медичного супроводу та інклюзивних просторів [14]. Ця розбіжність породжує роздратування і підриває довіру не лише до держави, а й до самих медіа як інституту об'єктивного інформування.

Прямим наслідком медійної стереотипізації стають цілком матеріальні бар'єри в працевлаштуванні та зростання соціальної дистанції. Бізнес, споживаючи медійні наративи про «психологічно нестабільних героїв», часто ставиться до найму ветеранів з інвалідністю з неоголошеною пересторогою [14]. Керівники компаній побоюються неможливості інтеграції людини з бойовим досвідом у розслаблений цивільний

колектив. У порівняльному контексті дослідники А. Селянінова, Д. Чабаненко, В. Кузьбіда наводять приклад США, де завдяки продуманим багаторічним державним інформаційним кампаніям рівень працевлаштування ветеранів є вищим, ніж загалом серед цивільного населення, що свідчить про високу економічну затребуваність їхнього досвіду [14]. В Україні ж, попри наявні фінансові стимули від уряду, тисячі ветеранів опиняються у фактичній соціальній ізоляції у межах власних неадаптованих квартир, будучи виключеними з економічного життя країни через комбінацію архітектурних бар'єрів та упереджень працедавців.

Вплив медійних наративів має сильний зворотний зв'язок: він безпосередньо позначається на процесах самоідентифікації та психологічному стані самих ветеранів. Соціологічні дослідження, зокрема «Індекс медіаграмотності українців», спростовують міф про ветерана як пасивного споживача інформації. Навпаки, ветерани демонструють більш високий і критичний рівень медіаграмотності порівняно з українцями в цілому (69–70 % складають більшість, що розуміє вплив медіа). Вони гостро відчувають фальш: 66 % ветеранів чітко розпізнають дезінформацію, а частка тих, хто не вірить у незалежність медіа, серед них становить 19 % (проти 12 % серед цивільної аудиторії) [18].

Найважливішим є те, що близько 48 % ветеранів відкрито констатують сильний вплив медіа на їхній власний емоційний стан, а 31 % підтверджують вплив ЗМІ на їхні оцінки суспільно-політичних подій. Коли ветеран з інвалід-



ністю щоденно бачить у новинах власну стигматизацію як маргінала або, навпаки, нереалістичну плакатну героїзацію, якій він фізично та психологічно не може відповідати в момент важкої депресії чи болю, це провокує глибоке відчуття відчуженості [18]. Формується стійке відчуття соціальної маргіналізації, фрустрації та самотності навіть серед власного народу.

Усвідомлюючи власну впливовість та соціальну відповідальність, українська медіаспільнота почала процес активного впровадження нових інклюзивних журналістських стандартів. Комісія з журналістської етики (КЖЕ) відзначає позитивну динаміку та посилення готовності національних і регіональних редакцій прислухатися до експертних рекомендацій щодо висвітлення чутливих ветеранських тем та виправляти помилки ще на етапі допублікаційної експертизи [19]. Знаковим кроком стала інтеграція Кодексу етики українського журналіста безпосередньо у цифрові інтерфейси медіаплатформ (наприклад, на сайтах «Суспільного мовлення», NGL.media тощо), що дозволяє читачам оперативного повідомляти про етичні порушення. Крім того, зростає роль медіації: кількість скарг на некоректні матеріали, вирішених шляхом прямого діалогу між скаржником і медіа, зростає вдвічі [20].

На фахових майданчиках, зокрема на панелях Donbas Media Forum 2025, експерти кристалізують нові професійні правила: уникати узагальнень і штампів, які формують хибне сприйняття; показувати розвиток і повноцінне життя ветерана після травми;

і, головне, спілкуватися з ветеранами до створення матеріалів, щоб життєві історії про них звучали максимально достовірно, цілісно і з глибокою повагою до їхнього досвіду, а не слугували лише ілюстрацією до журналістського тексту. Використання коректної інклюзивної термінології з «Довідника безбар'єрності» поступово перетворюється з рекомендації на жорсткий індикатор професійної придатності журналіста [15].

Для остаточного подолання соціальної стигми критично важливим є масове тиражування історій успішної адаптації та запуск спеціалізованих багатокомпонентних медійних проєктів, спрямованих на соціальну інтеграцію. В українському медіапросторі з'являється все більше таких системних ініціатив:

Запуск інформаційного порталу «Ветеран PRO», єдиної комплексної цифрової платформи для ветеранів, ветеранок та їхніх родин, виконує життєво важливу функцію цифрового помічника, покроково супроводжуючи ветерана через лабіринти медичних, освітніх та житлових державних програм — від етапу реабілітації до відкриття власної справи, знижуючи бюрократичний стрес [21].

Масштабні медійні кампанії Міністерства у справах ветеранів та Українського ветеранського фонду (УВФ) щодо надання грантів у розмірі до 1,5 млн грн на створення та розвиток власного бізнесу для ветеранів, ветеранок та членів сімей загиблих [22]. Такі проєкти руйнують пасивний стереотип про ветерана як довічного утриманця держави, репрезентуючи його як проактивного, спроможного економічного суб'єк-



та. Окремо висвітлюються підтримані IREX програми реінтеграції через залучення до логістики та відкриття сімейних фермерських господарств [23].

Потужне та емоційне висвітлення спортивних проєктів «Ігри Ветеранів» (регіональні змагання з кросфіту та кіберспорту) та участь у міжнародних «Іграх Нескорених» (Invictus Games). Новини про те, як на змаганнях у Дюссельдорфі 24 учасники національної збірної вибороли рекордні 76 медалей (44 золотих, 20 срібних та 12 бронзових), транслюють у суспільство надзвичайно сильний візуальний та смисловий наратив про незламну життєстійкість і феноменальну спроможність ветеранів з ампутаціями та травмами [24].

Системна інформаційна та адвокаційна діяльність руху VETERANKA — першої в Україні потужної спільноти жінок із бойовим досвідом. Вони активно руйнують патріархальні гендерні стереотипи у секторі оборони, борються за видимість жіночого досвіду отримання поранень, та ініціюють створення окремих пакетів професійного перенавчання для ветеранок (з гнучким графіком для поєднання із сімейними обов'язками), стимулюючи жіноче лідерство у процесах післявоєнної відбудови [25].

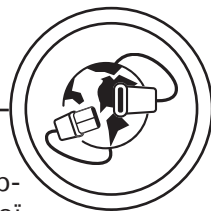
Інформаційні кампанії навколо створення посібників серії «Практика» від фахівців Veteran Hub. Ці спеціалізовані гайди (розроблені окремо для офісної роботи, виробництва, роботи просто неба, логістики та поліції) надають керівникам бізнесів та HR-фахівцям чіткі інструменти для найму, якісної адаптації та трансформації кор-

поративної культури, доводячи, що специфічний військовий досвід є величезною перевагою для компанії, а не репутаційним чи управлінським ризиком [26].

Подальша глибинна трансформація медійного дискурсу лежить у площині інституалізації етичних стандартів та безперервної співпраці на рівні «медіа—держава—ветеранські організації». Запорукою створення збалансованого контенту є безпосереднє залучення ветеранів до процесу виробництва новин у статусі експертів, консультантів та повноцінних співавторів. Окрім класичної журналістики, критично необхідним є розвиток широкої мережі утилітарної соціальної реклами. Прикладом таких ініціатив є розповсюдження аудіороликів з практичною інформацією: контакти гарячих ліній кризової підтримки, алгоритми отримання юридичних консультацій, інформація про спеціалізовані автошколи для осіб з інвалідністю та курси механізованого розмінування. Зміна журналістської оптики з фокусу на «соціальній проблемі» на фокус на «людському потенціалі» дозволить українським медіа стати справжнім, дієвим мостом порозуміння між військовим та цивільним світами.

Висновки

Таким чином, аналіз соціальних наслідків медійних наративів щодо ветеранів ЗСУ з інвалідністю дозволяє виявити глибоку структурну та ціннісну суперечність, що сформувалася в сучасному українському суспільстві після 2022 р. З одного боку, на рівні загальнонаціональних декларацій спостерігається найвищий,



безпрецедентний рівень довіри, поваги та вдячності до військово-службовців. З іншого боку, на практичному, побутовому та інституційному рівнях зберігаються і навіть посилюються критичні перепони для реінтеграції осіб з інвалідністю внаслідок бойових дій. Цей парадокс зумовлений комбінацією об'єктивної неадаптованості міської та бізнес-інфраструктури та суб'єктивних упереджень цивільного населення.

Узагальнення результатів проведеного дослідження дає підстави констатувати, що засоби масової інформації відіграють амбівалентну роль у цьому складному процесі. Основні тенденції медійної репрезентації ветеранів небезпечно коливаються між двома крайнощами. Перша — токсична, відірвана від реальності героїзація, яка формує завищені соціальні очікування, перетворює ветерана на недосяжний монумент і відмовляє йому у праві на людську слабкість та тривалий процес психологічного зцілення. Друга — віктимізація та інструменталізація трагедії, яка редукує багатогранну особистість ветерана виключно до факту його фізичного чи ментального ураження, конструюючи патерналістське, поблажливе ставлення з боку суспільства. Подібний когнітивний дисонанс між глянцевою інформаційним образом перемоги та жорсткою бюрократичною і побутовою реальністю спричиняє глибоке розчарування. Це безпосередньо виражається у падінні довіри суспільства до здатності держави виконати свій соціальний контракт перед захисниками (падіння показника ефективності з 69 % до 25 %).

Необхідність системного формування інклюзивної медійної культури в Україні виходить далеко за межі питань вузькопрофесійної журналістської етики. Сьогодні це є питанням національної безпеки, збереження соціальної згуртованості та стійкості держави. Деконструкція суспільної стигми та страху можлива виключно через закріплення соціальної моделі сприйняття інвалідності, де головним завданням стає не медикалізація наслідків війни, а усунення бар'єрів у самому середовищі.

Виходячи з проведеного аналізу, можемо сформулювати такі ключові рекомендації для стейкхолдерів процесу. У редакційних політиках мають відмовитися від експлуатації надривного трагедійного дискурсу та «жалісної репрезентації» (inspiration porn). Центральний фокус матеріалів має бути зміщений на висвітлення процесів посттравматичного зростання, професійної та соціальної адаптації, відновлення суб'єктності ветеранів. Обов'язковим галузевим стандартом має стати безумовне дотримання рекомендацій «Довідника безбар'єрності». Найважливішим принципом роботи повинно бути залучення ветеранів та ветеранок у якості повноцінних співавторів, консультантів та галузевих експертів, а не лише як пасивних об'єктів для збору болісних спогадів.

Урядові програми фінансових компенсацій за створення інклюзивних робочих місць (з лімітами 80–120 тисяч грн) потребують більш агресивної, таргетованої інформаційної кампанії, оскільки поточний рівень залученості бізнесу (облаштування близько 2000 місць)



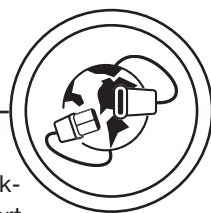
є мізерним порівняно з реальними масштабами виклику. Інтеграція спеціалізованих практичних посібників для роботодавців, що розроблені ветеранськими хабами, має бути невід’ємним стандартом сучасного корпоративного управління та соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Спеціалізовані ветеранські простори, хаби та профільні організації (зокрема, впливові жіночі ветеранські ініціативи на кшталт руху VETERANKA) повинні нарощувати

свій інституційний вплив на формування інформаційного порядку денного в медіа. Вони повинні виступати головними модераторами відкритого суспільного діалогу, який допоможе змінювати страх цивільного суспільства перед наслідками війни на конструктивну, партнерську підтримку своїх захисників. Лише така синергія здатна гарантувати перехід України від стану посттравматичного шоку до стану інклюзивного суспільства рівних можливостей.

References/Список використаної літератури

1. (2025, June 26). *Pratsevashtuvannya veteraniv i veteranok: pidsumky doslidzhennia ta praktychni rekomendatsii dlia robotodavtsiv* [Employment of veterans: research results and practical recommendations for employers]. *Budni*. Retrieved from <https://budni.robota.ua/victory/pratsevashtuvannya-veteraniv-i-veteranok-pidsumki-doslidzhennya-ta-praktychni-rekomendatsiy-dlya-robotodavtsiv> [in Ukrainian].
2. Prymush, M., & Svatko, I. (2025). *Sotsialno-demografichna kharakterystyka veteraniv ta osib z invalidnistiu v Ukraini* [Socio-demographic characteristics of veterans and people with disabilities in Ukraine]. *Politychne zhyttia*, (3), 54–60. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.3.6> [in Ukrainian].
3. Zamirska, L. (2025, May 10). *Poza heroichnymy siuzhetamy: chomu media-heroizatsiia veteraniv mozhe zbilshyty barier* [Beyond heroic stories: why media glorification of veterans can increase the barrier]. *Detektor media*. Retrieved from <https://detector.media/community/article/240778/2025-05-10-poza-geroichnymy-syuzhetamy-chomu-media-geroizatsiya-veteraniv-mozhe-zbilshyty-barier/> [in Ukrainian].
4. Polumysna, O. O. (2020). *Definitsii ta vyznachennia statusu ‘liudyna z invalidnistiu’ v Ukraini* [Definitions and determination of the status of ‘person with disabilities’ in Ukraine]. *Visnyk NTUU ‘KPI’ Politolohiia. Sotsiolohiia. Pravo*, (4(48)), 16–24. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2020.4\(48\).232667](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2020.4(48).232667) [in Ukrainian].
5. Budniak, K. M. (2025). *Verballna ta vizualna reprezentatsiia ukrainskykh viiskovosluzhbovtziv pislia otrymanykh poranen: obmezhenno prydatnykh, iz invalidnistiu ta protezuvanniam* [Verbal and visual representation of Ukrainian military personnel after injuries: limitedly fit, with disabilities and prosthetics]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriia: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 36(75)(5), 163–169. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.5.2/25> [in Ukrainian].
6. Lavreniuk, S. (2025). *Povsiakdennosti ok veteraniv/z invalidnistiu pry povnennni do tsyvilnoho zhyttia: sotsialno-ekolohichni pidkhid* [Everyday life of veterans with disabilities upon returning to civilian life: a socio-ecological approach]. *Naukovo-teoretychnyi almanakh Hrani*, 28(1), 192–204. <https://doi.org/10.15421/172524> [in Ukrainian].
7. (2025, January 9). Ministry of Economy of Ukraine. *Robota bez barieriv: maizhe 2000 robochykh mistv dlia liudei z invalidnistiu oblashtuvaly robotodavt-*



si za pidtrymky derzhavy u 2024 rotsi [Work without barriers: almost 2,000 work-places for people with disabilities were created by employers with state support in 2024]. *Uriadovyi portal*. Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/news/robo-ta-bez-barieriv-maizhe-2000-robochikh-mists-dlia-liudei-z-invalidnistiu-oblashtuvaly-robotodavtsi-za-pidtrymky-derzhavy-u-2024-rotsi> [in Ukrainian].

8. (2024). Shchodo rezultativ zahalnonatsionalnoho opytuvannia 'Obraz veter-aniv v ukrainskomu suspilstvi' [Regarding the results of the nationwide survey 'Image of Veterans in Ukrainian Society']. *Ofitsiinyi sait 'Novoborysivska silska rada'*. Retrieved from <https://nbg.gov.ua/news/1734956100/> [in Ukrainian].

9. (2024, December 19). Naivyshchyi riven doviry v suspilstvi — do viiskovykh, yaki zaraz voiuut, — zahalnonatsionalne opytuvannia 'Obraz veteraniv v ukrainskomu suspilstvi' [The highest level of trust in society is in the military who are currently fighting, according to the nationwide survey 'Image of Veterans in Ukrainian Society']. *Veteranskyi fond*. Retrieved from <https://veteranfund.com.ua/newsukr/naivschii-riven-doviri-v-suspilstvi-do-viiskovykh-yaki-zaraz-vouut/> [in Ukrainian].

10 (2025). Portret veterana 2025 [Portrait of a veteran 2025]. *Veteranskyi fond*. Retrieved from <https://veteranfund.com.ua/newsukr/ukrainskyy-veteran-skyi-fond-prezentuvav-rezultaty-doslidzhennia-portret-veterana-2025/> [in Ukrainian].

11. Zinenko, O., Yasenovska, M., Luzan, Y., Maksimtsova, Y., Machula, A., Koval, O., & Zakharchenko, A. (2024). Mediatization of needs of people with disabilities in war discourse in Ukrainian social media. *Social Communication and Information Activity in Digital Humanities*, 3851, 1–20. Retrieved from <https://ceur-ws.org/Vol-3851/paper9.pdf> [in English].

12. (2025, July 22). Iak posylyty zghurtovanist potentsiino vrazlyvykh hrup ukrainskoho suspilstva? [How to strengthen the cohesion of potentially vulnerable groups in Ukrainian society?]. *Hromadianska merezha OPORA*. Retrieved from <https://oporaua.org/viyna/yak-posiliti-zgurtovanist-potenciyno-vrazlyvih-grup-ukrayins-kogo-suspil-stva-25752> [in Ukrainian].

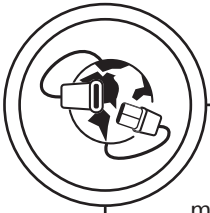
13. Dovidnyk bezbariernosti [Accessibility Guide]. (n.d.). *Bez barieriv*. Retrieved from <https://bf.in.ua/> [in Ukrainian].

14. (2025). Research Team of the Ukrainian Veterans Fund, Research Team of Syracuse University & Sociological Group 'Rating'. Styhmatyzatsiia veteraniv i veteranok: sytuatsiia v Ukraini ta dosvid SshA [Stigmatization of veterans: the situation in Ukraine and the experience of the United States]. *Ukrainian Veterans Fund*. <https://veteranfund.com.ua/wp-content/uploads/2025/04/Styhmatyzatsiia-veteraniv-i-veteranok.pdf> [in Ukrainian].

15. (2025, October 7). Suspilne na Donbas Media Forum 2025 [Social at Donbas Media Forum 2025]. *Suspilne Movlennia*. Retrieved from <https://corp.suspilne.media/novyny/53678-suspilne-na-donbas-media-forum-2025/> [in Ukrainian].

16. Bidzilia, 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 journalistic standards]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky*, 87(2), 176–189. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.87.14> [in Ukrainian].

17. (2024, December 19). Obraz veteraniv v ukrainskomu suspilstvi: hruden 2024 [The image of veterans in Ukrainian society: December 2024]. *Rating Group*. Retrieved from <https://www.ratinggroup.ua/news/the-image-of-veterans-in-ukrainian-society> [in Ukrainian].



18. Chorna, O. (2024, April 29). Veterany demonstruiut bilsh vysokyi riven mediahramotnosti, nizh ukraintsi v tsilomu, — doslidzhennia 'Detektora media' [Veterans demonstrate a higher level of media literacy than Ukrainians in general — a study by 'Detector Media']. *Mediasapiens*. Retrieved from <https://ms.detector.media/trendi/post/34796/2024-04-29-veterany-demonstruyut-bilsh-vysokyy-riven-mediagramotnosti-nizh-ukraintsi-v-tsilomu-doslidzhennya-detektora-media/> [in Ukrainian].

19. (2024, December 27). Iak mynuv 2024 rik dlia Komisii z zhurnalistskoi etyky. Pidsumky [How 2024 went for the Commission on Journalistic Ethics. Results]. *Komisiiia z zhurnalistskoi etyky*. Retrieved from <https://cje.org.ua/news/yak-mynuv-2024-rik-dlia-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-pidsumky/> [in Ukrainian].

20. Kodeks etyky [Code of Ethics]. (n.d.). *Komisiiia z zhurnalistskoi etyky*. Retrieved from <https://cje.org.ua/ethics-codex/> [in Ukrainian].

21. (2025). V Ukraini zapratsiuvav Veteran PRO — yedyna tsyfrova platforma dlia veteraniv, veteranok ta yikhnikh rodyn [Veteran PRO, the only digital platform for veterans and their families, has launched in Ukraine]. *Ofitsiyni portal Kyieva*. Retrieved from <https://kyivcity.gov.ua/veteranam-ta-khnim-rodinam/derzhavni-programi/v-ukrani-zapratsiuvav-veteran-PRO-yedina-tsifrova-platforma-dlya-veteraniv-veteranok-ta-khnikh-rodin/> [in Ukrainian].

22. (2024). *Ministry of Veterans Affairs of Ukraine*. Veterany y veteranky zmozhut otrymaty do 1,5 miliona hryven na vlasnyi biznes [Veterans will be able to receive up to 1.5 million hryvnias for their own business]. Retrieved from <https://mva.gov.ua/prescenter/category/86-novini/veterani-y-veteranki-zmozhut-otrimati-do-15-milyona-griven-na-vlasniy-biznes-1> [in Ukrainian].

23. Pidtrymani proiekty [Supported projects]. (n.d.). *Prohrama reintehratsii veteraniv*. Retrieved from <https://veteran-reintegration.in.ua/projects/> [in Ukrainian].

24. (2024, March 19). The Ukrainian national team achieved a record-breaking 76 medals at the United States Air Force Trials 2024. *The Odessa Journal*. Retrieved from <https://odessa-journal.com/the-ukrainian-national-team-achieved-a-record-breaking-76-medals-at-the-united-states-air-force-trials-2024> [in Ukrainian].

25. Pro nas [About us]. (n.d.). *Rukh VETERANKA*. Retrieved from <https://uwvm.org.ua/uk/> [in Ukrainian].

26. Posibnyky 'Praktyka' ['Practice' manuals]. (n.d.). *Veteran Hub*. Retrieved from <https://praktyka.veteranhub.com.ua/guides-and-research> [in Ukrainian].

*Corresponding author: **Olha Polumysna**, Ph.D. in Philological Sciences, V. N. Karazin Kharkiv National University, polumisna.olga@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4289-0588>.

Social Impacts of Media Narratives about Disabled Ukrainian Armed Forces Veterans: between Stigmatization and the Formation of an Inclusive Society after 2022

The article analyzes the social consequences of media narratives about disabled veterans of the Armed Forces of Ukraine and reveals a structural and value contradiction that has formed in



contemporary Ukrainian society after 2022. On the one hand, at the level of nationwide declarations, there is an unprecedented level of trust, respect, and gratitude towards military personnel. On the other hand, at the practical, everyday, and institutional levels, critical barriers to the reintegration of persons with disabilities resulting from combat operations remain and are even intensifying. This paradox is caused by a combination of the objective inadequacy of urban and business infrastructure and the subjective prejudices of the civilian population.

The main trends in media representation of veterans fluctuate between two extremes. The first is toxic, detached from reality heroization, which creates inflated social expectations. The second is victimization and instrumentalization of tragedy, which reduces the multifaceted personality of a veteran exclusively to the fact of his physical or mental injury, constructing a paternalistic, condescending attitude on the part of society.

The following key recommendations for stakeholders in the process have been formulated. Editorial policies should categorically reject the use of exploitative tragic discourse and 'inspiration porn'. The central focus of materials should be immediately shifted to covering processes of post-traumatic growth, professional and social adaptation, and the restoration of veterans' agency. Unconditional compliance with the recommendations of the 'Barrier-Free Handbook' in terms of terminology should become a mandatory industry standard. The most important principle of work should be to involve veterans as full-fledged co-authors, consultants, and industry experts, and not just as passive objects for collecting painful memories.

It has been established that specialized veteran spaces, hubs, and profile organizations (in particular, influential women's veteran initiatives such as the VETERANKA movement) should increase their institutional influence on shaping the information agenda in the media.

Keywords: military personnel with disabilities; media; reintegration; adaptation; media narratives; stigmatization; inclusion.

Надійшла до редакції/Received: 07.03.26

Рецензія/Peer review: 17.03.26

Опубліковано/Printed: 10.04.26