

СЕКЦІЯ 3

СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАДАННЯ ДОПОМОГИ ПОСТРАЖДАЛИМ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИЙ ВИМІР ІМІДЖУ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦЯ В КОНТЕКСТІ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦЯ В КОНТЕКСТІ УСПІШНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Года Олександр

Імідж Збройних Сил є складним соціально-психологічним явищем, що формується у процесі взаємодії військовослужбовців із суспільством. Він відображає не лише професійну діяльність армії, а й ціннісні орієнтації, які закріплюються у суспільній свідомості та визначають рівень довіри до військових структур. Саме тому імідж виступає важливим чинником успішності професійної діяльності військовослужбовців, адже позитивне сприйняття армії суспільством підсилює її авторитет і легітимність.

Аналіз іміджу в міждисциплінарному контексті дозволяє обґрунтувати його багатовимірність: він поєднує соціальні, психологічні, культурні та комунікативні аспекти. Дослідження таких учених, як П. Дракер, Ж. Сегел, Г. Даулінг, Ж.-П. Бодуан, В. Шепель, Е. Галумов, заклали основу для розуміння проблематики іміджу в організаціях та інституціях. Проте питання формування іміджу саме Збройних Сил залишається недостатньо розробленим, що підтверджують роботи М. Костюченко та К. Кравченко [1–2]. Обґрунтування іміджу Збройних Сил потребує комплексного підходу, що враховує як професійні та організаційні чинники, так і соціально-психологічні детермінанти, адже саме вони забезпечують формування позитивного образу армії у свідомості суспільства.

Метою тези є обґрунтування соціально-політичного виміру іміджу військовослужбовця в контексті успішної професійної діяльності.

Імідж особистості – це складне соціально-психологічне явище, яке відображає уявлення про людину в її оточенні. Він формується на основі сприйняття зовнішнього

вигляду, поведінки, комунікативних навичок, професійних якостей та інших характеристик особистості. Однією з найголовніших умов формування позитивного іміджу збройних сил є відповідність образу реальному стану військ (рис. 1).

М. Костюченко визначає імідж армії як образ, що склався у масовій свідомості та характеризує її стан і відповідність потребам суспільства. К. Кравченко, у свою чергу, акцентує увагу на сприйнятті населенням соціального характеру та функцій армії. Це свідчить про те, що імідж Збройних Сил є не лише результатом внутрішньої організації та професійної діяльності військових, а й продуктом суспільної оцінки, яка визначає його особливості та перспективи розвитку [1, с. 72].

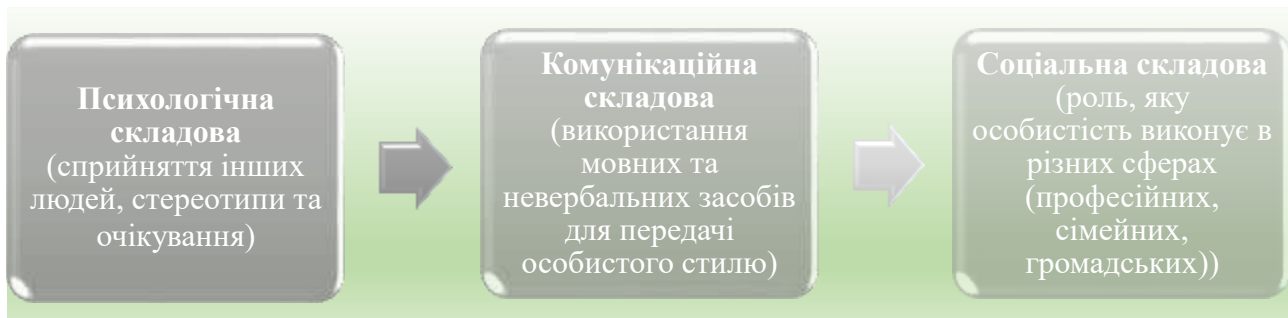


Рис. 1. Складові іміджу особистості

Імідж – це, перш за все, образ, який формується в свідомості інших людей, який може бути як позитивним, так і негативним, і він впливає на ставлення оточуючих до особистості. Він не є об'єктивним відображенням особистості, а – результат соціального конструювання, тобто процесу, в якому люди створюють уявлення про інших на основі доступної їм інформації. Імідж може бути використаний як інструмент впливу на інших людей. Особистість може свідомо формувати свій імідж, щоб досягти певних цілей, наприклад, отримати роботу, завоювати довіру або підвищити свій соціальний статус [2, с. 70].

Імідж військового в історичному контексті розглядається як важливий елемент формування суспільної свідомості та політичної системи. Військові завжди відігравали ключову роль у захисті національних інтересів, територіальної цілісності та недоторканності кордонів держави. Позитивний імідж армії впливає

на воєнно-політичну безпеку держави, взаємовідносини між армією і цивільним населенням, а також на міжнародний імідж держави [1, 2].

В сучасному контексті, імідж військового також трансформується під впливом євроінтеграційних процесів та військових конфліктів, що включає самоорганізацію та консолідацію громадянського суспільства, конструювання національного наративу та поширення бренду країни. Важливо зазначити, що формування позитивного іміджу армії є необхідною складовою розвитку будь-якої держави, особливо в умовах сучасних інформаційно-комунікативних процесів.

Іміджева стратегія армії відображає її ключові риси: призначення, моральні та бойові якості, сучасні технології, відповідність озброєння потребам, результати навчань, дисципліну, взаємини, зовнішній вигляд, культуру та символіку. Засоби масової інформації формують образ армії через телебачення, пресу, кіно та Інтернет. Американські експерти зазначають, що показ бойових дій у реальному часі посилив імідж армії, створивши образ сили надлюдського масштабу [1, с.56].

Таким чином, імідж збройних сил – це віртуальний образ, сформований у суспільній свідомості через інформаційні процеси. Позитивний імідж армії впливає на безпеку, якість армії, взаємини з цивільним населенням та міжнародний статус держави. Він виконує внутрішні функції (мотивація, самооцінка, дисципліна) і зовнішні (інформування, вплив, узгодження суспільної думки). Формування позитивного іміджу залежить від роботи іміджмейкерів, ЗМІ та активної підтримки армії, оскільки без цього імідж може формуватись стихійно. Соціологічний підхід розширює концепцію іміджу через соціальне вимірювання, досліджуючи стратифікацію, статус, статусні групи, статусні привілеї, тощо.

Список використаних джерел

1. Кокун О.М., Мороз В.М., Пішко І.О., Лозінська Н.С. Формування психологічної готовності військовослужбовців військової служби за контрактом до виконання завдань за призначенням під час бойового злагодження я : метод. посіб. К. : 7БЦ, 2021. 170 с.
2. Пугач С., Візнюк І., Долинний С., Драчук М. Стиль життя та психосоціальна адаптація військовослужбовців силових структур. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 2024. Вип. 31(1). С. 69-79.