

ПСИХОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦЯ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Алієва-Вихристюк Каріна

В умовах сучасної гібридної війни, імідж військовослужбовців, стає об'єктом інформаційних атак. Формування позитивного іміджу військових, є складовою національної безпеки. Імідж збройних сил формується через взаємовідносини між військовиками та суспільством. В суспільній свідомості імідж пов'язаний із ціннісними орієнтаціями, що впливають на успіх у професійній діяльності. Аналіз іміджу в контексті міждисциплінарних досліджень дозволяє обґрунтувати його особливості для подальшого вивчення іміджу військовослужбовця.

Проблеми іміджу досліджували такі вчені, як П. Дракер, Ж. Сегел, Г. Даулінг, Ж.-П. Бодуан, В. Шепель, Е. Галумов. Однак формування іміджу збройних сил залишається малодослідженим, попри роботи М. Костюченко, К. Кравченко та інших. М. Костюченко визначає імідж армії як образ, що склався в масовій свідомості, характеризуючи її стан і відповідність потребам суспільства. К. Кравченко розглядає імідж армії як сприйняття населенням її соціального характеру та функцій [1–4].

Метою дослідження є обґрунтування іміджу військового як складової формування суспільної свідомості та політичної системи.

Імідж особистості – це зовнішнє сприйняття людини іншою людиною, що формується через її поведінку, стиль, зовнішній вигляд, манеру спілкування, а також через соціальні ролі, які вона виконує. Імідж може бути як свідомо створеним (наприклад, у професійному середовищі чи в публічній діяльності), так і спонтанно виникаючим, залежно від поведінки та вражень, що залишаються в оточуючих (рис. 1).

Однією з найголовніших умов формування позитивного іміджу збройних сил є відповідність образу реальному стану військ.



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, 4].

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, с. 21].

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 [1, 4].

Іміджева стратегія армії відображає її найважливіші риси: необхідність

призначення, високі моральні та бойові характеристики, новітні військові технології, відповідність озброєння потребам, результати на навчаннях і маневрах, порядок і дисципліну, гідні взаємини, зразковий зовнішній вигляд, високий рівень культури, героїчний зміст символів та атрибутики. ЗМІ впливають на розвиток військово-цивільних взаємовідносин, формуючи образ армії в телевізійних передачах, фільмах, газетах, журналах, радіо та Інтернеті. Американські експерти відзначають, що телевізійний показ бойових дій в реальному часі сприяв зміцненню іміджу армії та створив образ армії з надлюдською силою [2, 3].

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. Vizniuk I., Dolynnyi S., Rabetska N., Ladychenko T., Zagrebelna N. Forming communicative competence 12(67). Р. 19-29.
2. 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.
3. 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.
4. Пугач С.С., Візнюк І.М., Долинний С.С. Правосвідомість як соціологічний контент структурної організації психіки людини. *Наукові інновації та передові технології*, 2023. Вип. 11(25). С. 715-724.