

COLLECTIVE MONOGRAPH

SCIENTIFIC EXPLORATIONS
AND PRACTICAL
ACHIEVEMENTS OF THE PERIOD
OF GLOBAL CHALLENGES

Compiled by
VIKTOR SHPAK

Chairman of the Editorial Board
STANISLAV TABACHNIKOV

GS Publishing Services
Sherman Oaks
2024

The collective monograph is a scientific and practical publication that contains scientific articles by doctors and candidates of sciences, doctors of philosophy and art, graduate students, students, researchers and practitioners from European and other countries. The articles contain research that reflects current processes and trends in world science.

Text Copyright © 2024 by the Publisher «GS Publishing Services» and authors.

Illustrations © 2024 by the Publisher «GS Publishing Services» and authors.

Cover design © 2024 Publisher «GS Publishing Services».

Authors: Yelyzaveta Anokhina, Olena Babchynska, Mariia Bondarchuk, Karina Brahina, Nazar Byba, Kateryna Hryshchuk, Nataliia Kapitanenko, Ivan Kloпов, Dmytro Kobets, Anna Korkh, Svitlana Kovalchuk, Inna Kozubai, Olga Lozova, Oleksandr Lozovsky, Nataliia Lysenko, Svitlana Lysenko, Marta Lyvdar, Natalya Metelenko, Alina Musiienko, Anton Naumyk, Anton Novak, Viktoriia Ogloblina, Alla Popova, Anastasiia Popova, Olha Posvaliuk, Iryna Riabinina, Tetyana Semigina, Olexander Serogin, Viktor Shpak, Yevgenii Shtefan, Iryna Silina, Olena Sulakova, Nataliia Sydorenko, Halyna Tarasenko, Nina Teremtsova, Halyna Tsviliy, Alina Voloshyn, Valentyna Voronkova, Roman Zhelizniak.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form or by any means, or stored in a database or search engine without the prior written permission of the publisher. The authors are responsible for the content and reliability of their articles. Citation or other use of the monograph is possible only with reference to the publication.

Publisher «GS Publishing Services»
15137 Magnolia Blvd, # D,
Sherman Oaks, CA 91403, USA.

ISBN 979-8-9895146-2-5
DOI : 10.51587/9798-9895-14625-2024-117

Scientific editors-reviewers: S. Bobrovnyk, Yu. Bondar, A. Cherep,
P. Glukhovskiy, P. Hovorov, Yu. Kuznetsov, V. Lazurenko,
V. Moiseienko, L. Omelianchuk, R. Protsiuk, Zh. Virna.

The monograph is recommended for publication by the Presidium of
the National Academy of Sciences of Higher Education of Ukraine

Scientific explorations and practical achievements of the period of global challenges :
collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov.
Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2024. 239 p.

Available at: DOI : 10.51587/9798-9895-14625-2024-117

CONTENT

COMPUTER SCIENCE

- НОВАК Антон Святославович,
СЕМИГІНА Тетяна Валеріївна
ІНТЕГРАЦІЯ CHATGPT У НАВЧАЛЬНУ ОНЛАЙН ПЛАТФОРМУ 5

ECONOMIC SCIENCES

- КОВАЛЬЧУК Світлана Володимирівна,
КОБЕЦЬ Дмитро Леонтійович
ОСУЧАСНЕННЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ СТРАТЕГІЗАЦІЇ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 13

- БОНДАРЧУК Марія Костянтинівна
РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ СТРУКТУР ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО БІЗНЕСУ 77

- Marta LYVDAR
FINANCIAL SECURITY: ESSENCE AND PLACE IN THE ECONOMIC
SECURITY SYSTEM 81

- МЕТЕЛЕНКО Наталя Георгіївна,
КЛОПОВ Іван Олександрович,
ПОПОВА Алла Олександрівна,
ОГЛОБЛІНА Вікторія Олександрівна,
СІЛІНА Ірина Вадимівна
ПОВОЄННЕ ВІДНОВЛЕННЯ, ЦИФРОВІ РІШЕННЯ ТА ЕКОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ
ЯК ПЕРЕДУМОВИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ 86

- Olha POSVALIUK,
Olena BABCHYNska,
Oleksandr LOZOVSKYI
DEVELOPMENT OF ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY IN THE
CONDITIONS OF WAR AND POST-WAR RECONSTRUCTION 101

- Roman ZHELIZNIAK
THE IMPORTANCE AND CHALLENGES OF TAX INCENTIVES FOR
INNOVATION ACTIVITIES DURING MARTIAL LAW 107

- Viktor SHRAK
GLOBAL ENTREPRENEURSHIP AT THE TURN OF THE MILLENNIUM 113

LINGUISTICS

- ЛИСЕНКО Наталія Василівна,
РЯБІНІНА Ірина Миколаївна,
СУЛАКОВА Олена Миколаївна
СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ
ТВОРІВ ЛІНИ КОСТЕНКО 119

PEDAGOGICAL SCIENCES

- КОЗУБАЙ Інна Віталіївна,
НАУМИК Антон Сергійович,
КОРХ Анна Олександрівна,
ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ
ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ЮРИДИЧНІ,
УПРАВЛІНСЬКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА МОВНІ АСПЕКТИ 124

НАУМИК Антон Сергійович

ІНСТИТУТ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ
УКРАЇНИ ЯК АСПЕКТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ: ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ
ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ, ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ЗДІЙСНЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ,
ГЕНЕЗИС ТА МЕТОДОЛОГІЯ..... 128

ТАРАСЕНКО Галина Сергіївна

ІНВАЙРОНМЕНТАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ЕКОЛОГІЧНОГО ВИХОВАННЯ
ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ 133

ЛИСЕНКО Світлана

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ
ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ 144

PHILOSOPHICAL SCIENCES

ВОРОНКОВА Валентина Григорівна

МОВНА ІДЕНТИЧНІСТЬ В СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ
СЕРЕДОВИЩІ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОГО РОЗВИТКУ 156

POLITICAL AND LEGAL SCIENCES

СИДОРЕНКО Наталія Сергіївна,

НАУМИК Антон Сергійович,

ПОПОВА Анастасія Володимирівна,

БИБА Назар Євгенович,

БРАГІНА Каріна Сергіївна

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАКТИЧНИЙ ДИСКУРС
ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ: ПРОБЛЕМНІ
ПИТАННЯ, ІННОВАЦІЇ, ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД 171

ТЕРЕМЦОВА Ніна Володимирівна

ТЕОРЕТИЧНЕ ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ РИС МІСЦЕВОГО
САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА 179

КАПІТАНЕНКО Наталія Петрівна

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ
В ПРОЦЕСІ РЕФОРМУВАННЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ: ШЛЯХИ
ВДОСКОНАЛЕННЯ 184

PHILOSOPHICAL SCIENCES

ЛОЗОВА Ольга Миколаївна,

ЦВІЛІЙ Галина

ОБРАЗ ВОЇНА-ЗАХИСНИКА У ВІТЧИЗНЯНИЙ ПСИХОЛОГІЇ:
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДСТАВИ ДОСЛІДЖЕННЯ 205

SOCIAL COMMUNICATIONS

Yelyzaveta ANOKHINA,

Alina VOLOSHYN,

Kateryna HRYSHCHUK,

Alina MUSIIENKO

UKRAINIAN BOOK MARKET DURING THE WAR 223

TECHNICAL SCIENCES

Yevgenii SHTEFAN,

Olexander SEROGIN

PHYSIC-CHEMICAL ASPECTS OF ENERGY SUBSTITUTION TECHNOLOGIES
IN MODERN PRODUCTION PROCESSES OF PRINTING ENTERPRISES 229

ЛОЗОВА Ольга Миколаївна,

д-р психол. наук, професор,
Київський університет імені Бориса Грінченка
ORCIDID: 0000-0002-3549-195X

ЦВІЛІЙ Галина,

магістр психології,
Київський університет імені Бориса Грінченка
Україна

ОБРАЗ ВОЇНА-ЗАХИСНИКА У ВІТЧИЗНЯНІЙ ПСИХОЛОГІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДСТАВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформація про військовослужбовців відображається у суспільній свідомості у вигляді образу воїна-захисника – образу, що втілює картину реальної дійсності. Аналіз науково-психологічних досліджень дає підстави стверджувати, що психологічні уявлення українського суспільства про образ воїна є багатоаспектними.

У психології образ є центральною категорією. Словники наводять таке визначення терміну: образ – це суб'єктивне явище, що відображає дійсність у категоріях руху, простору, фактури, форми, кольору тощо та виникає в результаті мисленневої, практичної, перцептивно-сенсорної діяльності людини. Вивчення цього феномену має вирішальне значення для розуміння закономірностей і механізмів повноцінного функціонування мотиваційної сфери, пам'яті, мислення, емоційної сфери та інших психічних процесів. М. Мицишин визначає образ як «детермінанту мотиваційної сфери, котра впливає на результативність людської діяльності» (Мицишин, 2012 : 453)¹. Дослідник зауважує на тому, що механізми формування психологічного образу мають вплив на результативність діяльності. Знання і застосування цих механізмів відкриває можливість впливати на мотивацію людини (те саме). І. Гриник та Р. Хавула, акцентуючи увагу на важливості категорії образу в психологічній науці, зазначають, що «без уміння формувати

¹ Мицишин М. М. Психічний образ як мотиваційний чинник і його значення для державного управління. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ, серія «Психологічна», 2012. № 2(1). С. 453–460.

психічні образи були б неможливі самосвідомість, мовлення, письмо, запам'ятовування, мрії, мистецтво, культура, тобто все те, що властиве тільки особистості» (Гриник, Хавула, 2022: 85)².

Когнітивна психологія розглядає образ як сукупність елементів реальності, які не можуть існувати насправді. У гештальтпсихології образ розглядається як взаємозв'язок чуттєвої та розумової складових, який становить центральну проблему дисципліни, адже ці види образів складають основу людської свідомості (Гриник, Хавула, 2022: 86).

Проаналізувавши роботи багатьох психологів Л. Шрагіна дійшла висновку, що образ є глибоко особистісним утворенням, яке фіксує індивідуальний пережитий досвід у його взаємозв'язку з дійсністю. Будучи суб'єктивним відображенням об'єкта, образ чинить вплив на внутрішній світ індивіда, інтегруючи інформацію, що надходить ззовні. Образ містить перцептивні характеристики об'єкта та емоційне ставлення до цих властивостей. Він виникає в результаті взаємодії матеріального світу з суб'єктивним. Суб'єктивна природа образу пояснюється залежністю від потреб, ситуації, емоцій, установок індивіда. Формування образу відбувається на основі набутого раніше досвіду (Шрагіна, 2017: 219)³.

В уяві виникають різні образи: одиничні, наділені багатьма деталями, типізовані; від задіювання певних образів залежить уява – абстрактна чи конкретизована. Наочні образи формують ієрархію на основі відмінностей загального та одиничного. Генералізовані образи (з високим рівнем узагальненості) формують абстрактну уяву. При цьому конкретна уява не є полярною протилежністю: між двома видами існують взаємозв'язки (Шрагіна, 2017)⁴. Мисленневий образ є форматом презентування інформації про події, факти й явища, його основна характеристика – здатність індивіда формувати уявний фізичний простір. Мисленневий образ встановлює зв'язки між внутрішнім та зовнішнім світами, що полегшує утворення асоціативних зв'язків. За допомогою образу інформація структурується у пам'яті.

Оскільки образ віддзеркалює дійсність, то, як зазначає Т. Мельник, категорія «образ» значеннево тяжіє до поняття «відображення». Об'єк-

2 Гриник І. Я. & Хавула, Р. М. Феномен образу в психологічній науці: аналітичний погляд, сутність та особливості прояву. *Табітус*, 2022. № 37. С. 85–89.

3 Шрагіна Л. І. Теоретико-методологічні засади дослідження вербальної уяви особистості (дис. д-ра психол. наук). Київ, 2017.

4 Шрагіна Л. І. Теоретико-методологічні засади дослідження вербальної уяви особистості (дис. д-ра психол. наук). Київ, 2017.

тивність образу характеризується його значенням, тобто наявністю цінності, а також подібністю об'єкта за сутністю та структурою (Мельник, 2014)⁵. «Образи, що відображають у нашій свідомості дійсність, не є статичними, незмінними речами, вони є динамічними утвореннями. Варто спробувати зафіксувати певний образ, щоб переконатися в тому, як він щоразу видозмінюється, зрушується, якоюсь мірою трансформується: то одні його сторони виступають на передній план, то інші; ті, що виступають, водночас і відступають, затінюються наступними», – стверджує Т. Мельник (2014).

І. Гриник та Р. Хавула акцентують увагу на необхідності класифікації образів як важливого етапі їх теоретичного вивчення. Аналізуючи психічний процес уявлення, підкреслюється, що психіка здатна вирішувати складні питання з використанням уже наявної інформації, тому репродуктивні образи демонструють засвоєні з досвіду об'єкти, відомі індивідууму. Випереджувальними вважаються образи, щодо яких особистість може припускати і передбачати їх у майбутньому (Гриник, Хавула, 2022: 88)⁶.

Виділяють такі різновиди образів: уява; сприйняття; ейдетичний образ; галюцинація; фантом; післяобраз. Між образами уяви та сприйняття уявлення є проміжною ланкою. Це динамічні утворення, що виникають за певних умов і відображають життя. Уявлення має важливе значення для внутрішнього світу людини, адже вони слугують тлом, на якому розгортається життя. Образи уявлення мають безпосередній зв'язок із минулим досвідом особистості. Функція образів уяви полягає у перетворенні отриманого в минулому досвіду (Мельник, 2014)⁷.

Т. Мельник наводить чотири функції образу уяви: створення плану поведінки за невизначеності проблемної ситуації; продукування відповідних об'єкту образів; витворення образу засобів та результатів діяльності; створення образів, які можуть замінити діяльність (Мельник, 2014).

У людській свідомості образ заміщує об'єкти, відсутні під час безпосередньої взаємодії з навколишнім світом. За допомогою вторинного досвіду оптимізується спілкування через моделювання чужого досвіду,

5 Мельник Т. Образність як психологічна категорія. 2014. URL : http://ukrlife.org/main/minerva/obrazno_psyhol.doc

6 Гриник І. Я. & Хавула Р. М. (2022). Феномен образу в психологічній науці: аналітичний погляд, сутність та особливості прояву. Габітус, 2022. № 37. С. 85–89.

7 Мельник Т. Образність як психологічна категорія. 2014. URL : http://ukrlife.org/main/minerva/obrazno_psyhol.doc

актуалізується індивідуальний досвід з метою налаштуватися на майбутнє (Шрагіна, 2017)⁸.

Формування психічного образу є складним і тривалим процесом, під час якого вилучається інформація з навколишньої дійсності. Зміст цього явища збагачується, коригується й уточнюється. Основною формою є інтеграція інформації від усіх засобів сприйняття. Візуалізаційна складова посідає в ієрархії провідне місце, оскільки більшість образів творяться зорово. Візуальне мислення спирається не на логічні установки, а на образні структури. Цей процес є пізнавальним за своєю суттю, наділений специфічною структурою та особливостями функціонування. Умовою розвитку візуального мислення є оволодіння знаковими системами. «Аналіз моделей візуалізації різного рівня, які існують у вітчизняній психології, дав змогу, з одного боку, поглибити уявлення про етапи становлення перцептивного образу, мікроструктурні одиниці перцептивної діяльності, її продуктивний характер, а, з іншого боку, виявив взаємозв'язок мисленнєвої діяльності з перцептивними, мнемічними процесами, на рівні їхніх операціональних структур, що дуже важливо для розуміння природи візуально-мисленнєвого образу», – зазначає С. Симоненко (Симоненко, 2005)⁹.

Різниця між вербальним та візуальним знаками полягає в психофізіологічних механізмах. Візуальний знак вважають продуктом суспільної системи, адже розвиток соціуму викликав потребу в удосконаленні семіотики, розвитку й ускладненні механізмів створення образу. На думку Ю. Наумової, «поняття «візуально-семантичний образ» слід тлумачити як зумовлене суспільно-історичною практикою уявлення про знак, яке сформоване суб'єктом як результат сприйняття їм образу світу, і втіленому у конкретному матеріальному (паперовому або електронному) носії» (Наумова, 2016 : 128)¹⁰.

Формування образів має важливе значення для прогнозування наслідків діяльності, реакції, уявлення плану дій чи результату. Образ є мотиваційним чинником, регулятором дій.

Отже, образ – це суб'єктивне відображення об'єкта, явища або предмета, формування якого відбувається через сприйняття, відчуття, мис-

8 Шрагіна Л. І. Теоретико-методологічні засади дослідження вербальної уяви особистості (дис. д-ра психол. наук). Київ, 2017.

9 Симоненко С. М. Психологія візуального мислення. (Автореф. дис. канд. психол. наук). Харків, 2005.

10 Наумова Ю. С. Теоретичний аналіз проблеми візуально-семантичних образів у психології. Науковий часопис національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, 2016. № 3. С. 123–130.

лення, пам'ять та інші психічні процеси. У формуванні образу перевага надається уяві. На створення образу впливають досвід, емоції, природа, соціальне середовище, стереотипи. Якщо образ є втіленням бажаної мети, його роль надзвичайно важлива. У такому разі він впливає на мотивацію індивіда, бо вважається поетапним планом дій. Функції, що виконує образ, використовуються людиною в її повсякденній діяльності.

Дослідження психологічних уявлень про образ воїна в українській психології та соціології проводилися переважно у площині теорії та практики іміджу. Над питанням створення іміджу військовослужбовця працюють низка науковців. Так, Підпригора І. (2018)¹¹ з'ясовує специфіку створення іміджу військових ЗСУ інформаційно-пропагандистськими засобами крізь призму російсько-української війни. Воробйова І. та Мацегора Я. досліджують структурні елементи та формування іміджу військових Національної гвардії України (Воробйова, Мацегора, 2015)¹².

Перш ніж розглянути особливості висвітлення іміджу військового у наукових працях вітчизняних психологів, з'ясуємо суть цього поняття. А. Шумейко зазначає, що імідж є образом, спеціально створеним з певною метою, який впливає на масову чи колективну свідомість (Шумейко, 2018: 231)¹³. Імідж військовослужбовця складається під впливом різноманітних джерел інформації: ЗМІ, розповідей тих, хто спілкувався з військовим, наказів та розпоряджень, відданих безпосередньо ним або тих, що стосуються його діяльності (нагородження за досягнення, подяки, медалі, ордени тощо). Тому необов'язково безпосередньо контактувати з військовослужбовцем. Формування іміджу воїна у свідомості суспільства відбувається двома шляхами – стихійно або цілеспрямовано. На думку А. Шумейко, вивчення специфіки творення образу в зазначеному аспекті є важливим, бо «вироблення методики й техніки визначення психологічних, соціальних, акмеологічних особливостей формування іміджу та закономірностей його розвитку дозволяє створити та підтримувати позитивний імідж військовослужбовця ЗСУ» (Шумейко, 2018: 230)¹⁴.

11 Підпригора І. Формування іміджу Збройних сил України засобами інформаційно-пропагандистського забезпечення в умовах російсько-українського конфлікту. Історичні студії суспільного прогресу, 2018. № 6. С. 81–89.

12 Воробйова І. В. & Мацегора Я. В. Типи іміджу військовослужбовців національної гвардії України (за описами цивільного населення Харківщини). Вісник Національного університету оборони України, 2015. № 3. С. 54–63.

13 Шумейко А. П. Соціально-психологічні аспекти визначення поняття іміджу військовослужбовця ЗСУ. Теорія і практика сучасної психології, 2018. № 5. С. 228–233.

14 Там само.

О. Хижняк наголошує на необхідності з'ясування специфіки та суті особистості захисника. Це поняття не лише зорієнтоване на конкретну діяльність, але й на виконання певної суспільної ролі. «Завдяки вибору способу життя, його укладу як стійкої системи життєдіяльності, зумовленої включенням індивіда в ті чи інші спільноти, змістом і характером виконуваної ним діяльності, певним соціальним ролям і статусам при збереженні і актуальності ціннісних орієнтацій особистості відбувається розвиток особистісних основ захисника країни», – зазначає автор (Хижняк, 2010)¹⁵. Орієнтація на захист країни – необхідна складова особистісного зростання, і людина, яка вирішила стати військовослужбовцем, має реалізувати життєве призначення.

Специфіка існування іміджу військового полягає в його змінності залежно від конкретних умов, динамічності, гнучкості та інваріантності. При цьому зазначене явище є відносно незалежним та стійким. Ми погоджуємося з думкою А. Шумейко про те, що досягненню доброзичливого ставлення суспільства до Збройних сил є неперервний та одночасний розвиток ідентичності військового та цивільного складників (Шумейко, 2018: 232)¹⁶. В. Данилов наголошує на значенності позитивного іміджу збройних сил загалом, оскільки подібне сприйняття військовослужбовців визначає рівень захищеності держави від ворожого вторгнення, безпеку суспільства, а також престижність армії на міжнародній арені, участь військових у миротворчих місіях (Данилов, 2009 : 89)¹⁷.

Образ військовослужбовця нерозривно пов'язаний з іміджем Збройних сил, оскільки персональний імідж у свідомості суспільства завжди пов'язаний зі стереотипними іміджами соціальних груп, в тому числі – суб'єктів чи організацій. «Збройні сили в силу специфіки інституту, що забезпечує життєво важливу потребу суспільства в захисті від зовнішніх військових загроз, володіють своєрідним соціальним і політичним іміджем» (Шумейко, 2018: 230–231).

Уявлення суспільства про військових формуються на основі трьох компонентів – офіційної інформації про Збройні сили, відомостей про армію як соціальне явище, а також про військові частини та їх особовий склад. Сукупність засобів, що впливають на формування суспільством

15 Хижняк О. А. (н. д.) Психологічні аспекти поняття особистості як захисника країни. URL : https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/doc/2010/8_2010/9.pdf

16 Шумейко, А. П. Соціально-психологічні аспекти визначення поняття іміджу військовослужбовця ЗСУ. Теорія і практика сучасної психології, 2018. № 5. С. 228–233.

17 Данилов В. Особливості формування іміджу Збройних Сил України. Політичний менеджмент, 2009. № 5. С. 88–95.

уявлення про образ воїна, на думку В. Данилова, складають державна інформаційна політика, військово-патріотичне виховання військових та інформаційно-пропагандистське забезпечення (Данилов, 2009).

«Образ військовослужбовця формується під впливом суб'єктивних та об'єктивних факторів. Це може бути система економічних чи політичних відносин, духовні цінності та правові норми тощо. Також на це можуть впливати стосунки всередині військового колективу між офіцерським та рядовим складом, відносини між представниками армії та цивільними», – зазначають К. Гавриловська та Ю. Ковальчук (Гавриловська, Ковальчук, 2016)¹⁸.

Підґрунтям ідеального образу воїна є уявлення про окремих представників Збройних сил. Такий образ військовослужбовця є узагальненим та ідеалізованим, оскільки складається з образів усіх представників військових професій. Він виражається у поняттях «герой», «борець», «захисник» тощо. «В умовах війни одним з важливих завдань інформаційно-пропагандистського забезпечення є формування героїчного образу воїна-захисника. Однак у цього процесу може бути й негативний ефект – надмірна глоризація українських військових», – зауважує І. Підпригора (Підпригора, 2018: 84)¹⁹. Надмірна ідеалізація образу воїна в суспільній свідомості небажана, оскільки призводить до розчарування та масового нівелювання образу.

У формуванні позитивного образу воїна значну роль відіграє Інтернет. У соціальних мережах міститься багато інформації про діяльність військовослужбовців, яка, до того ж, швидко поширюється. Багато військових мають акаунти та власні сторінки, звідки діляться інформацією з читачами, наближуючи цим до пересічного громадянина свій позитивний образ.

На психологічні уявлення про образ воїна впливає відмова Сил оборони України від радянських традицій. Ця тенденція має свій вияв, у першу чергу, в ребрендингу, переорієнтації на образні традиції козацького війська, відходу від виховання в душі жертвовності державі та переходу до виховання сили духу та непереможності народу.

18 Гавриловська К. П. & Ковальчук Ю. Особливості образу військовослужбовця у свідомості військових контрактної форми та цивільної молоді. *Психологічні дослідження: наукові праці викладачів та студентів соціально-психологічного факультету. ЖДУ імені Івана Франка, Житомирський державний університет імені Івана Франка.* 2016. Випуск 8. С. 31–33.

19 Підпригора І. Формування іміджу Збройних сил України засобами інформаційно-пропагандистського забезпечення в умовах російсько-українського конфлікту. *Історичні студії суспільного прогресу.* 2018. № 6. С. 81–89.

У площині загальносуспільних психологічних уявлень про образ воїна важливо виокремити уявлення про те, яким має бути військовослужбовець, в окремих соціальних груп, зокрема молоді. К. Гавриловська та Ю. Ковальчук зауважують, що «негативний образ військовослужбовця може ускладнювати процес набору до армії, зумовлювати низький рівень мотивації молоді до здійснення військової кар'єри, ускладнювати реабілітацію ветеранів» (Гавриловська, Ковальчук, 2016)²⁰. Проведене науковицями емпіричне дослідження свідчить, що психологічні уявлення молоді про образ воїна пов'язані з такими поняттями, як «безпека», «герой», «сила», «війна» (те саме). Цивільні молоді люди пов'язують ці поняття з особистістю військового.

Воробйова І. та Мацегора Я. досліджують структуру іміджу військовослужбовця НГУ (2015)²¹. Вчені зазначають, що нині проводиться недостатньо психологічних досліджень, присвячених образу воїна-нацгвардійця. Це впливає на наповненість емпіричної бази. Психологи акцентують увагу на необхідності позитивного змістового наповнення іміджу представників НГУ. Це стане можливим завдяки рекомендаціям, які ґрунтуватимуться на встановленні специфіки механізму формування іміджу і змістового наповнення.

Стверджується, що встановлення цінностей, досвіду, соціальної та професійної компетентності, мотивів образу військовослужбовця відбувається через спостереження. Формування проходить двома шляхами – інтенсивним та екстенсивним: перший передбачає збір інформації про військового зі спостережень за його рутинними діями. В результаті постає несуперечливий образ. Формування уявлень екстенсивним шляхом призводить до руйнування асоціацій, що виникли раніше через спостереження вчинків військового за резонансних обставин.

Як зазначають Воробйова І. та Мацегора Я., незначний досвід спілкування з військовослужбовцями НГУ у переважній більшості українського суспільства призводить до того, що образ військового формується під впливом сторін, які в цьому зацікавлені. В результаті отримуємо «аморфний образ «людини у формі» (Воробйова, Мацегора, 2015 : 19)²².

20 Гавриловська К. П. & Ковальчук Ю. (2016) Особливості образу військовослужбовця у свідомості військових контрактної форми та цивільної молоді. *Психологічні дослідження: наукові праці викладачів та студентів соціально-психологічного факультету. ЖДУ імені Івана Франка, Житомирський державний університет імені Івана Франка*, 2016. Випуск 8. С. 31–33.

21 Воробйова І. В. & Мацегора, Я. В. Типи іміджу військовослужбовців національної гвардії України (за описами цивільного населення Харківщини). *Вісник Національного університету оборони України*, 2015. № 3. С. 54–63.

22 Там само.

Дослідники переконують: «Особа, яка має реальний широкий (з багатьох питань) досвід взаємодії з військовослужбовцями, може усвідомлювати розбіжності між створеним у неї образом військовослужбовця НГУ і суспільною думкою про військовослужбовців (іміджем) і, відповідно, критично ставитися до здійснюваного суспільством впливу» (те саме).

Образ окремого військового слугує основою для побудови загального образу Національної гвардії як державного утворення. Важливим є те, який статус посідає у цій структурі сам військовослужбовець. Спостерігачі, зацікавлені соціальні групи, передовсім, – політичні, військові НГУ обмінюються думками, в результаті чого індивідуальний образ окремої особистості набуває певної усередненості. На цей процес впливають висловлювання компетентних та авторитетних осіб, досвід безпосередньої взаємодії з воїном НГУ, вплив сил, які створюють протидію, а також засобів маніпуляції та поширення впливу.

За результатами проведених досліджень, встановлено, що характеристиками, які визначають імідж військовослужбовця НГУ, вважаються:

активність; професійна компетентність; воля; професійні цінності; стресостійкість (контроль емоцій); соціальна компетентність; результати діяльності; витрачені ресурси, за допомогою яких вдалося досягти результатів діяльності; наполегливість у досягненні мети; адекватність дії до ситуації; інтенсивність активності (те саме). На підставі зазначених характеристик спостерігач робить висновки про: мотиви й мету діяльності воїна НГУ; вольові якості; здатність контролювати переживання; ставлення до обов'язку; соціальну, професійну компетентність; ставлення до соціуму; здатність реалізувати особистісні та професійні можливості; адекватність (Воробйова, Мацегора, 2015: 19-20)²³. Насамкінець автори зазначають: «Важливою для цілеспрямованого формування іміджу військовослужбовців НГУ є здатність Національної гвардії України як організації вносити відповідну «корекцію» (коментарі щодо «правильного» розуміння дій військовослужбовців, мотивів, цілей тощо) і здатність до протидії небажаним «корегуючим впливам» із боку зацікавлених протидіючих сторін» (Воробйова, Мацегора, 2015: 21).

Окрім описаних досліджень, викликає науковий інтерес дослідження психологічних уявлень про образ воїна у самих військовослужбовців.

23 Воробйова І. В. & Мацегора Я. В. Типи іміджу військовослужбовців національної гвардії України (за описами цивільного населення Харківщини). Вісник Національного університету оборони України, 2015. № 3. С. 54–63.

Емпіричні напрацювання К. Гавриловської та Ю. Ковальчук дають підстави стверджувати, що військові асоціюють образ воїна із поняттями «армія», «зброя», «мужність», «війна» (Гавриловська, Ковальчук, 2016)²⁴. Військовослужбовці асоціюють наведені слова зі своєю професійною діяльністю.

Заслугове на увагу дослідників також уявлення суспільства про воїна-жінку. З початком повномасштабної російсько-української війни багато військових посад стали укомплектовуватися військовослужбовицями. «Якщо раніше Збройні Сили України традиційно були чи найконсервативнішим суспільним інститутом щодо питання перебування жінок на військовій службі, то на цей час майже 10 % особового складу Збройних Сил України – жінки. Найчисельніша категорія жінок – військовослужбовці служби за контрактом, які становлять близько 40 % від загальної кількості жінок-військовослужбовців», – зауважує Н. Клименко (Клименко, 2014: 117)²⁵. Опитування військовослужбовців щодо престижу їх професії в суспільстві свідчить, що очікування жінок-військових у цьому питанні доволі скептичні. За свідченням Н. Клименко, «близько 32 % військовослужбовців-жінок оцінюють його (престиж – прим. авт.), як середній, біля 17 % вважають, що він взагалі відсутній, ще 15 % оцінюють його нижче середнього, 15 % зазначили, що їм важко визначитись у цьому питанні» (Клименко, 2014: 118).

У розгляді питання історичних перетворень образу захисника Батьківщини в суспільній свідомості важливу роль відіграє поняття «історична пам'ять». Значення історичної пам'яті зросло з повномасштабним вторгненням росії на територію України. Не можемо не погодитися з думкою С. Набок, яка стверджує, що «механізм неминучої екстраполяції попереднього досвіду на нові обставини змушує колективну пам'ять звертатися до тих сюжетів, що видаються суголосними сучасності, шукати відповідей у минулому, творячи нові емоційні зв'язки» (Набок, 2016 : 198)²⁶.

Образ воїна відомий народу України ще з часів козацтва, від XV століття. Відображення психологічних уявлень про образ воїна-козака

24 Гавриловська К. П. & Ковальчук Ю. Особливості образу військовослужбовця у свідомості військових контрактної форми та цивільної молоді. *Психологічні дослідження: наукові праці викладачів та студентів соціально-психологічного факультету. ЖДУ імені Івана Франка, Житомирський державний університет імені Івана Франка*, 2016. Випуск 8. С. 31–33.

25 Клименко, Н. Г. Роль і місце жінки-військовослужбовця в Україні. *Економіка та держава*, 2014. № 5. С. 116–119.

26 Набок С. Образи війни і воїна: трансформація окремих аспектів політики пам'яті. *Наукові записки ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України*, 2018. Випуск 5-6. С. 197–228.

знаходимо в українському фольклорі: він постає мужнім захисником, який не сумнівається у своєму завданні боронити рідну землю. Через занепад козацтва та добу Руїни суспільство втратило образ цього воїна.

Починаючи з 1930-х рр., коли відбувалася активна військова експансія СРСР, а Україна входила до його складу, суспільний образ військового формувався з обов'язковим урахуванням політичних потреб радянської держави, тому відображав претензії СРСР щодо світового панування. Велику роль у формуванні образу воїна відіграла військова преса. Радянський солдат відрізнявся від західного військовослужбовця тим, що його образ був виключно позитивним, героїзованим та гіперболізованим. Радянська преса акцентувала увагу на зв'язку поколінь, тому в суспільному уявленні образ воїна поєднувався з образами фольклорним богатирів – це мав бути бездоганний борець, що ніс місію визволителя та переможця на всі землі, які коли-небудь належали Російській імперії.

Вплив пропаганди на психологічне уявлення про образ воїна в суспільстві мав вирішальне значення як для пересічних громадян, так і для самих військових. «Загальний суспільний образ непереможної армії, бездоганного бійця Червоної армії поступово посилювався, певним чином об'єднував в єдине ціле образи вождів партії та країни з образом звичайного солдата, що стало частиною міфологізації радянської реальності», – зазначає дослідник О. Бойков (Бойков, 2021 : 10)²⁷.

В подальшому образ солдата Червоної армії перетворився в образ воїна-визволителя, здатного захистити увесь світ, особливо після перемоги в Другій світовій війні. У суспільній свідомості відбився образ воїна-мироотворця, що брав участь у воєнному конфлікті в Афганістані, а також у миротворчих місіях ООН. Шана учасникам віддається на суспільному та державному рівнях. В Україні 15 лютого відзначається День вшанування учасників бойових дій на території інших держав.

З 1991 року, зі здобуттям Україною незалежності, перед вищим військовим керівництвом та українським урядом постала необхідність створити позитивний образ військовослужбовця. Однак професія військового не набула бажаного статусу в суспільній свідомості. За даними соціологічних досліджень, які проводилися на замовлення Міністерства оборони, у 1992–1994 рр. українська молодь не бажала

27 Бойков О. Образ військового в радянській військовій періодиці кінця 30-х рр. XX ст. *Південний архів (історичні науки)*, 2021. № 33. С. 10–14. URL : <https://doi.org/10.32999/ksu2786-5118/2021-33-2>

служити в армії, а престиж Збройних сил виявився низьким (Кобзар, 2013)²⁸. Соціологічне дослідження 2010 р. підтвердило незацікавленість суспільства у покращенні становища української армії (те саме). Військовослужбовці всіх категорій мали низьку мотивацію до виконання обов'язків, спостерігалися проблеми з комплектуванням особового складу. Впродовж 1991–2013 рр. українська армія не мала необхідної суспільної підтримки, а професія військовослужбовця не була шанованою співвітчизниками. Можна зробити висновок, що образ воїна в суспільній свідомості за роки незалежності України змінився із захопливого на упереджений.

Поряд із постанням уявлень про сучасного військовослужбовця відбувалося відродження суспільного сприйняття воїнів УПА, про яких радянська історіографія та пропаганда або замовчувала, або відверто зневажала і принижувала, називаючи «посібниками імперіалізму» або «бандитами». Такими діячі ОУН – УПА залишалися в СРСР до кінця 80-х рр., поки в радянське життя разом із перебудовою не прийшла лібералізація. Суспільна свідомість почала поступово позбуватися хибного уявлення про воїна УПА як чужорідного українському суспільству елемента, натомість виділила його позитивні риси – мужність, відданість, патріотизм, які учасники ОУН – УПА зберігали попри панування двох режимів – сталінського та гітлерівського.

Отже, суспільні уявлення про образ воїна протягом тривалого часу зазнали значних трансформацій. Громадянська спільнота протягом усієї історії України захоплювалася воїнами і витворювала в уявленні образ мужнього, вольового, незламного захисника, який незважаючи на будь-які обставини збереже відданість та непохитну любов до рідної землі.

З 2014 року українське суспільство перебуває у нових реаліях. Суспільно-політичні події на Сході України, що тривають нині і поглибилися повномасштабним воєнним вторгненням, вплинули на буденну свідомість українців, зокрема й на психологічне уявлення образу воїна. Суспільство відійшло від недавніх уявлень про нікчемність професії військовослужбовця та загалом непотрібності армії. Повсякденність наповнена концептами «воїн», «боєць», «війна», «герой», «обстріл», «зброя» тощо.

Нині українське суспільство, перебуваючи в умовах російсько-української війни, активно переосмислює необхідність та важливість

28 Кобзар А. О. (2013). Становлення та розвиток структур виховної роботи у Збройних Силах України (1991–2011 рр.). (Дис. канд. іст. наук). Київ, 2013.

професії військового. Сучасною тенденцією є використання іміджу військових, що є засобом соціального впливу, для формування позитивного образу воїна в суспільстві, а також авторитету конкретного військовослужбовця. Завдяки цьому зростає престиж професії в суспільстві. «Імідж військовослужбовців – це публічний феномен, який здійснює символічне переломлення сутнісних основ усієї системи Збройних сил в уявленні всього суспільства», – зазначає А. Шумейко (Шумейко, 2018 : 229)²⁹.

З початком повномасштабної війни взаємодія громадянського суспільства та Збройних сил України стала ще більш продуктивною та тісною. Згідно з висловленням В. Володавчик, «позитивний образ військовослужбовця – це образ, який виникає в масовій свідомості не стихійно, а спеціально створюється певними суб'єктами (іміджмейкерами) та впроваджується за допомогою інформаційних, рекламних та PR-технологій з використанням засобів масової інформації. Особливість такого образу полягає у засвоєнні масовою свідомістю емоційно-забарвлених образів» (Володавчик, 2015: 15)³⁰. Однак не завжди психологічні уявлення про захисників України є позитивними: у створенні їх образу трапляються суперечності.

«Образ військовослужбовця безпосередньо пов'язаний із іміджем Збройних сил як відносно стійкими уявленнями суспільства в цілому та окремих соціальних груп зокрема про соціальне значення, функції збройних сил, специфіку їхньої діяльності в конкретних соціокультурних умовах», – стверджує Л. Бутенко (Бутенко, 2015: 11)³¹. Науковиця звертає увагу на те, що нині психологічні уявлення молоді про військовослужбовців пов'язані з певними стереотипами. Справа в тому, що більшість молодих людей сформували свій образ воїна з книг або кінофільмів, однак події останніх років призвели до зміни цих стереотипів. Молодь отримує інформацію про військових з соціальних мереж, розповідей знайомих, ЗМІ. «Найбільшою загрозою для молоді виступають маніпулятивні інформаційні технології – такі ознаки медійних продуктів, як нехтування норм етики, логіки та навіть здорового глузду, апеляція

29 Шумейко А. П. Соціально-психологічні аспекти визначення поняття іміджу військовослужбовця ЗСУ. Теорія і практика сучасної психології, 2018. № 5. С. 228–233.

30 Володавчик В. В. Формування позитивного образу військовослужбовця в процесі військово-патріотичного виховання. Актуальні проблеми взаємодії громадянського суспільства і Збройних Сил України : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. Старобільськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2015.

31 Бутенко Л. Л. «Пророцтво» Коменського: суперечності формування образу військовослужбовців у студентської молоді. Актуальні проблеми взаємодії громадянського суспільства і Збройних Сил України : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. Старобільськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2015.

до найнижчих людських почуттів, масштабна діяльність інтернет-тролів і т. п.», – зазначає Л. Бутенко (те саме). Ціннісні орієнтації набувають амбівалентності, тому молоді люди сумніваються, розгублюються, відчують зневіру в позитивне майбутнє, що пов'язане з образом воїна в буденній свідомості.

За описаних умов важливу роль відіграє інформаційна підтримка суспільства. Появі позитивних уявлень про військовослужбовців сприяє набуття навичок протистояння інформаційним технологіям, що мають на меті маніпуляції, а також чітке розуміння суті подій у масштабах не тільки країни, а й окремої області, району, населеного пункту. «У процесі формування сучасного образу військовослужбовців особливого значення набувають соціальні медіа (Facebook, Youtube, Twitter), публічні висловлювання представників влади, бізнесової та культурної еліти, громадських діячів, учасників волонтерського руху», – слушно зауважує О. Ігнатович (Ігнатович, 2015)³².

Інформаційну підтримку суспільства у створенні позитивного ставлення до образу українського воїна-захисника надають ЗМІ. Це відбувається завдяки властивостям журналістської творчості, зокрема ролі інтуїції, потребі у самореалізації, значенню уяви. Сучасне телебачення має широкий вибір виражальних засобів, за допомогою яких явище дійсності або факт набувають яскравого емоційного забарвлення. «Телебачення дає можливість створювати з персонажів «образи-символи», які своєю поведінкою діють на підсвідомість глядача. Пояснюють цей феномен тим, що глядач шукає сенс не окремо від того, хто говорить, а коригуючи повідомлення ставленням до особистості того, хто говорить, кого показують, тобто інформація сприймається персоніфіковано», – слушно стверджує М. Шклярський (2022)³³. Як свідчить науковець, позитивний образ воїна-захисника в українських телемедіа твориться за допомогою вербальних засобів. Глядачі сприймають інформацію завдяки вживанню певної лексики, речень конкретної структури та інших мовно-стилістичних засобів, які викликають позитивні емоції. У матеріалах ЗМІ, поряд з образом військовослужбовця ЗСУ, постають такі концепти, як «тварини» та «діти», які позитивно сприймаються більшістю українського суспільства.

32 Ігнатович О. Г. Роль ЗМІ у формуванні в студентській молоді образу військовослужбовців. Актуальні проблеми взаємодії громадянського суспільства і Збройних Сил України : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. Старобільськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2015.

33 Шклярський М. С. Формування позитивного образу захисників України у сучасному телепросторі (дипломна робота здобувача вищої освіти освітнього ступеня «магістр»). Київ, 2022.

Образ українського захисника в ЗМІ узгоджуються з бінарною опозицією «ворог-свій» у свідомості українців. Військовий хоробро захищає країну на полі бою, рятує побратимів та цивільних з-під обстрілів, допомагає мешканцям звільнених з окупації територій. Образу захисника протистоїть образ ворога, який анексує населені пункти, грабує, вбиває, катує, здійснює на захоплених землях геноцид та екоцид. Емоційний вплив на глядача телевізійного продукту справляє музичний супровід відеоматеріалів про ЗСУ.

Аналіз публіцистичних видань, зроблений В. Посмітною, підтверджує наявність комунікативних стратегій в друкованих матеріалах, які визначаються потребою впливу на суспільство. «Галузева періодика, висвітлюючи діяльність військових і правоохоронців, здатна здійснювати не тільки інформаційний вплив, вона, передусім, покликана формувати громадянську позицію, позитивне ставлення до захисників держави та правопорядку й негативне – до порушників закону, обґрунтовувати напрями державного розвитку, допомагати читачеві визначитись у базових категоріях «добро» – «зло», «свій» – «чужий», зрештою, впливати на зниження рівня правопорушень, на збереження спокою в країні», – зазначає науковиця (Посмітна, 2012 : 178)³⁴. В. Посмітна виділяє кілька основних комунікативних стратегій видань, які висвітлюють діяльність військових видань, що стосуються формування: іміджу захисника; позитивної емоційної налаштованості; громадської думки (те саме).

Щодо важливості формування іміджу захисника В. Данилов зазначає: «Основною метою формування іміджу збройних сил є посилення позитивної громадської думки про армію. У свою чергу, громадська думка через підтримку (чи непідтримку) Збройних сил впливає на їх імідж. Це процес взаємозалежний: якщо військо не дбає про власний імідж, то це за нього робитимуть інші. В такому випадку імідж збройних сил формуватиметься стихійно і навряд чи буде позитивним» (Данилов, 2009)³⁵.

Моделювання образу захисника відбувається за допомогою кількох комунікативних механізмів:

1. Розповіді про конкретних особистостей, які втілюють риси захисника. Це допомагає реципієнту впевнитися у тому, що воїн-захисник – реальна людина, яка є частиною суспільства.

34 Посмітна В. Формування позитивного іміджу захисника як провідна комунікативна стратегія військових і правоохоронних періодичних видань України. Волинь філологічна: текст і контекст, 2012. С. 177–187.

35 Данилов В. (2009). Особливості формування іміджу Збройних Сил України. Політичний менеджмент, 2009. № 5. С. 88–95.

2. Асоціації з історичними постатями, персонажами художньої літератури та фольклору. Реципієнти самонавіюють думки про те, що сучасний військовослужбовець має схожі риси, притаманні відомим захисникам. За допомогою асоціацій українське суспільство наділяє позитивними рисами військового.
3. Акцентування уваги на одній із визначальних рис воїна-захисника – відданості обов'язку.
4. Впевненість у високому рівні професіоналізму українського солдата. У разі необхідності військовослужбовці, які добре знаються на своїй спеціальності, захистять державу.
5. Демонстрація маскулінних рис захисника – витривалості, готовності долати труднощі, стійкості тощо. Ці характеристики стосуються різноманітних сторін життя захисника, в тому числі сімейної та особистої.
6. Розповіді про героїчні вчинки та звитягу. Вони можуть вестися від імені самих військовослужбовців, що посилює довіру реципієнтів до збройних сил.
7. Інформація про особисте життя військових, їх заняття, уподобання й інтереси – таким чином реципієнт наближається до воїна. В цьому комунікативному ході застосовується асоціативний метод.
8. Обговорення рис, які мають бути притаманні захисникові. Цей комунікативний хід передбачає формат «питання–відповідь».
9. Демонстрація професіоналізму воїна. Завдяки цьому суспільство переконується в необхідному рівні підготовки, здатності воїна протистояти загрозі, адекватно і швидко відповідати на неї та перешкоджати її розповсюдженню.
10. Пояснення важливості професіоналізму військовослужбовця для безпеки держави. Від того, наскільки майстерно захисник володіє тактиками й прийомами, які сприяють збереженню територіальної цілісності української держави, залежить боєздатність армії.
11. Підтвердження високого рівня професіоналізму. ЗМІ регулярно повідомляють про успіхи, досягнуті у виконанні операцій та завдань.
12. Демонстрування усвідомлення воїном-захисником необхідності удосконалення військово-професійних навичок, умінь та знань.
13. Заклик до наслідування тих, хто вже вдосконалює майстерність, яку продемонструє на полі бою.

14. Апелювання до впливових осіб. Друковані видання вдаються до наведення цитат представників вищого військового керівництва, чії вислови підтверджують високий рівень володіння військової професією українськими захисниками.
15. Посилення впливу. Досягається неодноразовим повторенням звань військових керівників в урочисто-піднесеному стилі.
16. Узагальнення.
17. Апелювання до інтелекту.
18. Пояснення переваг, які забезпечує підвищення рівня професійної військової майстерності (Посмітна, 2012 : 178-183)³⁶.

Реципієнт, споживаючи медіаконтент, зближується з захисником, спираючись на категорію «свій–чужий». За допомогою вищенаведених комунікативних ходів створюється образ «свого хлопця», у якого з реципієнтом спільні думки, почуття та інтереси. Автори друкованої військової періодики апелюють до загальнолюдських цінностей та моралі, які сповідує реципієнт. Створення позитивного образу військовослужбовця, на думку В. Посмітної, необхідно для «досягнення соціально значущих цілей: формування патріотизму та національної гідності, пропагування загальнолюдських цінностей, згуртування суспільства» (Посмітна, 2012 : 184).

Отже, нині українське суспільство, після декількох років зневіри у сенс професії військовослужбовця та існування Збройних сил як соціального інституту, знову повертає в уявленні образ воїна – мужнього, сильного та незламного захисника Батьківщини. Такі перетворення у суспільній свідомості пов'язані спершу з розгортанням воєнного конфлікту на Сході України та в Криму, а потім – з повномасштабним російським збройним вторгненням на українську територію. Однак не завжди образ військового сприймається позитивно. Є деякі моменти напруження, пов'язані зі складністю та трагічністю воєнних подій, а також маніпулятивними технологіями ЗМІ.

Отже, образ воїна в індивідуальній і масовій свідомості українців складається через імідж, який формується багатьма шляхами та нерозривно пов'язаний з образом Збройних сил України. Під поняттям «образ» розуміємо суб'єктивне відображення об'єкта, явища або предмета,

36 Посмітна В. Формування позитивного іміджу захисника як провідна комунікативна стратегія військових і правоохоронних періодичних видань України. Волинь філологічна: текст і контекст, 2012. С. 177–187.

формування якого відбувається через сприйняття, відчуття, мислення, пам'ять та інші психічні процеси. Важливість позитивного витворення цього образу в суспільній свідомості пов'язана з необхідністю захисту державних кордонів та безпекою цілого суспільства. Загалом, українці позитивно сприймають цей образ

Суспільні уявлення про образ воїна протягом тривалого часу зазнавали суттєвих трансформацій, відтак суспільство не завжди протягом історії України захоплювалося воїнами і творило в уяві образ мужнього, вольового захисника, який попри будь-які обставини збереже відданість та непохитну любов до рідної землі.

Нині українське суспільство після років зневіри у сенс професії військовослужбовця та існування Збройних сил як соціального інституту знову повертається до уявлення ролі образ воїна – мужнього, сильного та незламного захисника Батьківщини. Такі перетворення у сприйнятті соціуму початково пов'язані з розгортанням воєнного конфлікту на Сході України та в Криму, а потім – з повномасштабним російським збройним вторгненням на українську територію.

Проведений аналіз наукових здобутків дає підстави стверджувати, що психологічні уявлення українського суспільства про образ воїна є багатоаспектними з абсолютним переважанням позитивних оцінок.

DOI: 10.51587/9798-9895-14625-2024-117-205-222