

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ, ІСТОРІЇ ТА СОЦІОЛОГІЇ  
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ**

**ПСИХОЛОГІЧНИЙ ОБРАЗ ВІЙСЬКОВОГО У ЦИВІЛЬНИХ ОСІБ**

**Кваліфікаційна робота (проект)**

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: здобувачка 231-М групи

Спеціальності 053 Психологія

Освітньо-професійної програми

«Психологія»

Христина ФЛЯК

Керівник: к. психол.н., доцентка

Наталія ТАВРОВЕЦЬКА

Рецензент: практичний психолог

мобільної бригади міста Кременчука

проект від БФ «Посмішка»

Ольга Шаповалова

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ОБРАЗУ ВІЙСЬКОВОГО У ЦИВІЛЬНИХ ОСІБ .....	7
1.1. Психологічний образ як наукова категорія та фактори, що впливають на формування психологічного образу.....	7
1.2. Еволюція ставлення до військових у цивільному суспільстві України в останнє десятиліття.....	10
1.3. Вплив сучасних військових конфліктів на формування образу військового в українському суспільстві.....	12
Висновки до розділу 1.....	15
РОЗДІЛ 2. ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ВІЙСЬКОВОГО У ЦИВІЛЬНИХ ОСІБ.....	17
2.1. Соціальні та культурні стереотипи щодо військових: механізми формування та вплив на громадську думку.....	17
2.2. Масова інформація та її роль у формуванні психологічного образу військового.....	20
2.3. Дослідження сприйняття військових в українському суспільстві після початку військової агресії з боку Росії .....	23
2.3.1. Метод анкетування: аналіз ставлення цивільних до військових.....	25
2.3.2. Метод контент-аналізу медіа: вплив мас-медіа на формування образу військових.....	26
2.3.3. Метод фокус-груп: вивчення глибинних психологічних реакцій на військових.....	28
2.4. Образ військового очима цивільних осіб: результати емпіричного дослідження.....	30
2.5. Практичні рекомендації соціально-психологічної роботи з формування позитивного образу військового у цивільних осіб.....	39

Висновки до розділу 2.....	4
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	46
ДОДАТКИ.....	54

## ВСТУП

**Актуальність теми** формування психологічного образу військового серед цивільних осіб зростає на фоні сучасних соціально-політичних подій, зокрема в Україні, де військові конфлікти стали невід'ємною частиною суспільного життя. Військові представляють не тільки символ національної безпеки та оборони, але й важливий соціальний та культурний феномен. В умовах постійних військових загроз, образ військового може суттєво впливати на громадську думку, взаємодію між цивільним населенням та військовими, а також на соціальну підтримку армії.

Формування психологічного образу військового є комплексним процесом, який включає вплив медіа, соціальних та культурних стереотипів, а також особистого досвіду. Розуміння цих механізмів є критично важливим для подолання негативних стереотипів, покращення соціальної інтеграції військових та підвищення їх соціальної підтримки. Таким чином, дослідження цього питання має велике значення для забезпечення гармонійних відносин між військовими та цивільним населенням.

Данну теми вивчав науковець В. С. Бабенко. Свою роботу «Формування стереотипного образу українського військового у висвітленні російсько-української війни в ЗМІ» присвятив дослідженню того, як мас-медіа формують і закріплюють образ українських військових в умовах війни. Одним із центральних аспектів дослідження є те, як медіа створюють стереотипний образ військового як «секс-символа», що відповідає певним гендерним ролям і соціальним очікуванням. К. В. Гавриловська та Ю. О. Ковальчук у своїй роботі «Особливості образу військовослужбовця у свідомості військових контрактної форми та цивільної молоді» аналізують розбіжності в уявленнях між цими групами - військові бачать свою професію більш об'єктивно, тоді як серед молоді часто присутні стереотипи, як позитивні (захисники, герої), так і негативні (агресивність).

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Робота виконувалася у межах науково-дослідної теми кафедри психології

«Особистісні та ситуаційні ресурси особистості в умовах життєвої та суспільної кризи» (державний реєстраційний номер 0119U103458).

**Мета** даного дослідження є вивчення психологічних механізмів формування образу військового у цивільних осіб, а також розробка практичних рекомендацій для покращення цього образу на основі соціально-психологічного аналізу.

**Завдання дослідження:**

1. Визначити поняття «психологічний образ» як наукову категорію та дослідити фактори, що впливають на його формування.
2. Проаналізувати еволюцію ставлення до військових у цивільному суспільстві України за останнє десятиліття.
3. Дослідити вплив сучасних військових конфліктів на формування образу військового в українському суспільстві.
4. Вивчити соціальні та культурні стереотипи щодо військових, механізми їх формування та вплив на громадську думку.
5. Дослідити роль масової інформації у формуванні психологічного образу військового.
6. Провести емпіричне дослідження сприйняття військових в українському суспільстві після початку військової агресії з боку Росії.
7. Розробити практичні рекомендації для соціально-психологічної роботи, спрямованої на формування позитивного образу військових у цивільних осіб.

**Об'єктом дослідження** є образ військового.

**Предметом дослідження** є фактори, які впливають на формування цього образу, включаючи соціальні стереотипи, медійні впливи, культурні норми та особистий досвід цивільних осіб.

У дослідженні використані такі **методи**: аналіз літератури, метод синтезу, контент-аналіз медіа, анкетування та фокус-групи, метод статистичної обробки даних.

**Наукова новизна дослідження** полягає в комплексному підході до вивчення психологічного образу військового, що включає як теоретичний аналіз, так і емпіричні дані. Вперше в контексті українського суспільства здійснено детальний аналіз впливу медійних та соціально-культурних факторів на формування образу військового, а також розроблено практичні рекомендації для поліпшення цього образу на основі проведених досліджень.

**Практичне значення** роботи полягає у розробці рекомендацій для соціально-психологічної роботи, спрямованої на формування та зміцнення позитивного образу військового у цивільних осіб. Результати дослідження можуть бути використані для розробки освітніх та медійних програм, організації заходів взаємодії між цивільними та військовими, а також для покращення соціальної підтримки військових через адекватне висвітлення їхньої діяльності в суспільстві.

Таким чином, дослідження має на меті не лише теоретичне збагачення знань про формування образу військового, але й практичні рекомендації, що можуть бути впроваджені в реальних умовах для досягнення соціальної гармонії та підтримки армії.

**Апробація та публікація результатів дослідження.** Результати емпіричного дослідження висвітлено у науковій збірці «Магістерські студії» Херсонського державного університету (тези «Психологічний образ військового у цивільних осіб», листопад 2024 р.).

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 52 джерела та додатків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ОБРАЗУ ВІЙСЬКОВОГО У ЦИВІЛЬНИХ ОСІБ

#### **1.1. Психологічний образ як наукова категорія та фактори, що впливають на формування психологічного образу**

Психологічний образ – це багатокомпонентне уявлення, що формується у свідомості індивіда чи групи під впливом різних факторів. Він включає когнітивні, емоційні та поведінкові аспекти сприйняття людини чи групи людей, у даному випадку військових. У психології образи розглядаються як ментальні конструкції, що відображають певні характеристики об'єкта або суб'єкта і формуються на основі безпосереднього досвіду, соціальних впливів та особистих переконань [20, с. 67-71].

Психологічний образ часто визначається через призму сприйняття і є результатом взаємодії когнітивних (знання, інформація), емоційних (почуття) та соціальних (нормативні установки, цінності) компонентів. Згідно з дослідженнями у сфері соціальної психології, психологічні образи є не статичними, а динамічними утвореннями, які змінюються під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників. У контексті військових, цей образ включає уявлення про моральні якості, професійні навички, фізичну силу та емоційну стійкість.

Сприйняття військових, як специфічної соціальної групи, формується на основі їхньої професійної діяльності та соціальної ролі у суспільстві. Військовий як категорія в громадській свідомості часто асоціюється з такими якостями, як мужність, дисципліна, патріотизм і самовідданість. Ці уявлення можуть мати як позитивне, так і негативне забарвлення, залежно від впливу медіа, культурних стереотипів та особистого досвіду [34, с. 32-39; 46].

Формування психологічного образу будь-якої соціальної групи, зокрема військових, є складним та багатофакторним процесом, який залежить від ряду соціальних, культурних, психологічних та політичних чинників.

Перш за все, важливу роль у формуванні психологічного образу відіграють соціальні уявлення. Уявлення можна визначити як спрощені, часто узагальнені погляди на певну групу людей. Вони функціонують як ментальні моделі, що дозволяють людям швидко класифікувати і осмислити складну соціальну реальність [37, с. 19-27]. Проте ці погляди часто не відображають реальності. У випадку з військовими, уявлення можуть бути як позитивними, так і негативними.

Ще одним потужним механізмом впливу на формування образу військових є медіа та інформаційний простір. Засоби масової інформації відіграють центральну роль у висвітленні діяльності військових, особливо під час кризових ситуацій або конфліктів. Інформаційні ресурси можуть як підсилювати позитивний образ військових, так і спотворювати їх сприйняття. Позитивні повідомлення у ЗМІ, що зображують військових як героїв або рятувальників, значно підвищують рівень довіри до армії та її представників. Це особливо актуально в умовах воєнних дій, коли медіа часто демонструють подвиги військових, що захищають державу. Однак медіа можуть також акцентувати увагу на негативних аспектах, таких як корупційні скандали у військових структурах або порушення військовими законів і норм поведінки [22, с. 230-245].

Культурні фактори також відіграють важливу роль у формуванні психологічного образу військових. Історичний досвід країни, національні традиції та культурні установки формують специфічне ставлення до військових у різних суспільствах. У країнах із багатою військовою історією, військовослужбовці часто вважаються символами національної гордості та елітою суспільства. В Україні, особливо після початку військової агресії з боку Росії, сприйняття військових зазнало значних змін у бік посилення позитивного образу [18, с. 239-244]. Військові стали асоціюватися не тільки з



боротьбою за територіальну цілісність країни, а й з захистом національної ідентичності та незалежності.

Окрім впливу зовнішніх джерел інформації, соціальна взаємодія також впливає на формування психологічного образу військових. Люди, які мають близьких чи знайомих серед військових, зазвичай формують позитивне ставлення до цієї професії, оскільки вони мають можливість безпосередньо спостерігати за їхньою поведінкою, цінностями та викликами, з якими ті стикаються [38].

Психологічні особливості індивідів також відіграють важливу роль у формуванні образів військових. Індивідуальні риси, такі як рівень емпатії, здатність до критичного мислення, досвід стресових ситуацій або переживань, зумовлюють, як людина сприймає іншу соціальну групу. Люди з вищим рівнем емпатії, наприклад, більш схильні до розуміння психологічних труднощів, з якими стикаються військові, зокрема після участі в бойових діях [14].

Нарешті, політичні та економічні фактори також значно впливають на сприйняття військових у суспільстві. Політика держави щодо військових, рівень фінансування збройних сил, умови життя та соціальне забезпечення військовослужбовців та їхніх сімей після закінчення служби впливають на загальний образ цієї соціальної групи. Наприклад, у країнах, де держава активно підтримує ветеранів, забезпечує їх реабілітацію та інтеграцію в суспільство після повернення з бойових дій, громадяни частіше сприймають військових як захисників, а не постраждалих від війни [19, с. 85-90; 48].

Психологічний образ військових у свідомості цивільних осіб є складним і багатокомпонентним утворенням, що формується під впливом багатьох чинників. Соціальні уявлення, медіа, культурні традиції, особистий досвід та політична ситуація є основними елементами, що впливають на цей процес [10]. У сучасних умовах, особливо на фоні конфліктів та підвищеної ролі армії в житті держави, розуміння цих факторів набуває особливого значення для

формування адекватного, об'єктивного та позитивного образу військових у цивільному суспільстві.

## **1.2. Еволюція ставлення до військових у цивільному суспільстві України в останнє десятиліття**

В останнє десятиліття ставлення до військових у цивільному суспільстві України зазнало значних змін, що було зумовлено як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками, зокрема політичними, соціальними та воєнними подіями. Цей період характеризується драматичними перетвореннями в суспільній свідомості щодо ролі та значення військових, а також трансформаціями їхнього образу з погляду пересічних громадян [5, с.175-178].

До 2014 року ставлення до військових в українському суспільстві було досить суперечливим. На початку незалежності армію часто розглядали як пережиток радянського минулого. Через недостатнє фінансування, брак сучасного озброєння та інфраструктури, а також низький престиж служби, військові не сприймалися як важлива державна інституція. У багатьох громадян виникало відчуття відстороненості від збройних сил, оскільки армія в той час не брала участі в активних бойових діях, зосереджуючись переважно на навчальних маневрах і підтримці порядку в мирний період. Це сприяло слабкій емоційній залученості населення до теми армії та формувало негативні стереотипи, пов'язані з низькими зарплатами, відсутністю соціальної підтримки та корупцією в армійських структурах [16, с.96-100].

Значним поворотним моментом у ставленні до військових стали події Революції Гідності 2013-2014 років, а також початок російської агресії проти України. Анексія Криму та військові дії на Донбасі різко змінили суспільне ставлення до армії та її представників. Українське суспільство усвідомило, що армія є не лише важливою державницькою інституцією, але й гарантом незалежності, територіальної цілісності та суверенітету держави. Саме збройні

сили стали першою лінією захисту від агресора, що значно підвищило рівень довіри до військових у суспільстві.

У цей період в Україні відбулася масштабна волонтерська мобілізація, що засвідчила глибоку соціальну підтримку військових. Волонтерський рух став символом єдності нації в боротьбі за свою незалежність, і громадяни почали активно підтримувати армію – як матеріально, так і морально [4, с. 56-61]. Змінилася і державна політика: почалося поступове реформування Збройних Сил України, що включало підвищення рівня фінансування, закупівлю сучасного озброєння, перегляд військових навчань та підготовки. Також увага приділялася психологічній підтримці та реабілітації військових після бойових дій [6, с. 12-15].

Важливим аспектом еволюції ставлення до військових є також зміна їхнього образу в інформаційному просторі. Якщо раніше у ЗМІ армія часто згадувалася в контексті проблем, то з початком війни на Донбасі військові все частіше постають як герої та захисники. Відображення героїчних подвигів бійців, реальних історій самопожертви, боротьби за свободу та незалежність стало частиною інформаційної кампанії, спрямованої на підвищення морального духу населення [24]. Це значно вплинуло на формування позитивного психологічного образу військових серед цивільного населення. У медіа та громадському дискурсі військові почали асоціюватися із такими цінностями, як відвага, честь, гідність, а також жертвність.

Додатково зміцненню позитивного образу сприяла нова хвиля патріотизму, яка охопила Україну після 2014 року. Військові стали символом національного спротиву і боротьби за власну державу, що викликало хвилю суспільної підтримки і пошани до тих, хто захищав країну на передовій. З'явилася нова хвиля української військової культури, що відображалася у національних символах, військовій формі, піснях, а також загальному піднесенні рівня суспільної свідомості [8, с. 46- 50].

Проте, попри позитивні зміни, виникали й певні труднощі. Однією з таких проблем стало нерівномірне забезпечення військових і ветеранів

соціальними пільгами та підтримкою. Часто бюрократичні перепони ускладнювали доступ до належної медичної допомоги, житла чи фінансових виплат. Додатково, військовослужбовці та їхні родини стикалися зі складнощами в адаптації до цивільного життя після повернення з фронту, що створювало соціальну напруженість [23, с.66 - 74].

Іншою проблемою стала корупція в оборонному секторі, яка підірвала довіру до військових і державних інституцій, відповідальних за безпеку. Також важливою була тема соціальної нерівності між різними категоріями ветеранів, що спричиняло конфлікти через нерівні умови та привілеї.

В останні роки, зокрема після повномасштабного вторгнення Росії в 2022 році, сприйняття військових у суспільстві знову пережило трансформацію. Українська армія стала однією з найшановніших інституцій, і громадяни вбачають у військових головних героїв національного спротиву. Суспільна підтримка військових досягла безпрецедентного рівня, що відображається у численних проявах солідарності, волонтерських ініціативах та матеріальній допомозі [50].

Таким чином, за останнє десятиліття ставлення до військових у цивільному суспільстві України зазнало кардинальних змін: від байдужості та дистанціювання до глибокої пошани та визнання їхнього ключового значення для захисту держави. Ці трансформації підкреслюють важливість збройних сил у сучасній Україні, а також роль громадян у підтримці та зміцненні національної обороноздатності через формування позитивного образу військових у суспільстві.

### **1.3. Вплив сучасних військових конфліктів на формування образу військового в українському суспільстві**

Сучасні військові конфлікти, зокрема російсько-українська війна, яка триває з 2014 року, суттєво вплинули на формування образу військового в українському суспільстві. Військові перетворилися з представників державної

структури, що часто була на периферії суспільного життя, на справжніх героїв і захисників, які стоять на передовій боротьби за суверенітет, незалежність та майбутнє України [15, с. 37-43].

До початку війни на Донбасі суспільне ставлення до військових в Україні було дещо амбівалентним. Українська армія, яку багато хто сприймав як слабку і недостатньо фінансовану, перебувала на маргінесі суспільної уваги. Військовослужбовці асоціювалися з низькооплачуваною працею, а сама армія не розглядалася як ключовий інструмент національної безпеки. Це ставлення різко змінилося після початку військової агресії з боку Росії у 2014 році.

Війна на Донбасі та анексія Криму викликали гостру потребу у формуванні нового образу військових як захисників державності. Армія стала основною силою, яка стримувала агресора, а військові почали асоціюватися з патріотизмом, жертовністю і відвагою. Громадська думка швидко змінилася: українські військові стали сприйматися як герої національного спротиву, а їхня праця – як важлива і необхідна для виживання країни [45, с. 228- 232]. Це привело до підвищення соціального статусу військовослужбовців та зміцнення їхнього авторитету у суспільстві.

Засоби масової інформації стали ключовим інструментом у формуванні сучасного образу військового. Після початку війни українські медіа активно висвітлювали дії армії, зосереджуючись на героїчних вчинках, самопожертві та важливості військової служби для захисту країни. Образ військового почав асоціюватися з мужністю, стійкістю і готовністю боротися за свободу [35, с. 65-69].

Також медіа акцентували увагу на історіях окремих бійців, які повернулися з фронту, розповідаючи про їхні труднощі, досвід війни та проблеми адаптації до мирного життя. Це допомогло створити людяний образ військових, які, попри виклики, залишаються морально стійкими та психологічно сильними. Таке висвітлення сприяло посиленню емоційного зв'язку між військовими та цивільним населенням, формуючи нові позитивні

уявлення про армію як про національний інститут, що виконує надважливу місію [18, с. 239-244].

Військові конфлікти також суттєво вплинули на зміцнення національної ідентичності та патріотичних почуттів в українському суспільстві. Війна з Росією спровокувала зростання національної самосвідомості, і армія стала символом боротьби за суверенітет і національну гідність. Громадяни почали асоціювати військових із тими, хто не лише фізично захищає державу, але й відстоює її культурні, політичні та історичні цінності.

Ця зміна вплинула на формування нових стереотипів та уявлень про військових, де їхня роль виходить за межі простої боротьби на фронті. Військові почали сприйматися як хранителі національних цінностей і моральних засад, що формує сильний позитивний образ цієї групи в суспільній свідомості [17, с. 112-114].

Однак не лише позитивні аспекти вплинули на формування образу військових. Військові конфлікти, особливо затяжні, створили серйозні виклики для суспільства, зокрема у сфері реабілітації та соціальної підтримки військовослужбовців. Чимало українських солдатів повернулися з війни з фізичними та психологічними травмами, зокрема з посттравматичним стресовим розладом (ПТСР). Ці проблеми потребували як медичної, так і соціальної підтримки, що підштовхнуло суспільство до усвідомлення необхідності створення ефективних програм реабілітації [2, с.137-141; 26, с.195-197].

Реабілітація військових та ветеранів війни на Донбасі стала важливою темою в українському суспільстві. Невирішені питання соціальної адаптації та підтримки ветеранів привернули увагу до складнощів, з якими стикаються військові після війни. Це, в свою чергу, дало новий вимір образу військового – не лише як героїчної постаті, але й як людини, яка потребує підтримки і розуміння після важких бойових дій [19, с. 85-90].

Конфлікт також посприяв формуванню нових соціальних цінностей у суспільстві, де військові стали втіленням нової моральної парадигми. Ці

цінності пов'язані з відвагою, готовністю жертвувати заради загального блага та солідарністю. Військові стали прикладом для наслідування, особливо для молодого покоління, яке бачить у них символ незламності та національної гідності.

Це зростання пошани до військових та їхньої праці також вплинуло на формування позитивної соціальної думки щодо служби в армії. Якщо до початку конфлікту ставлення до військової служби було переважно нейтральним або навіть негативним, то з початком війни популярність військової професії значно зросла. Багато молодих людей стали бачити в армії не лише обов'язок, але й престижний вибір, що дозволяє зробити внесок у захист батьківщини [45, с.228-232].

Сучасні військові конфлікти кардинально змінили образ військового в українському суспільстві. Зневага, з якою армія стикалася в попередні роки, змінилася на глибоку повагу та визнання ролі військових у захисті держави. Сучасний військовий став символом боротьби за незалежність, національну ідентичність та гідність [15, с. 56-59]. Цей новий позитивний образ є результатом комплексного впливу багатьох чинників: військових дій, медійного висвітлення, волонтерського руху та соціальної підтримки, а також суспільної мобілізації на захист країни.

### **Висновки до розділу 1**

У першому розділі розглянуто теоретичні основи формування психологічного образу військового у цивільних осіб. Зокрема, досліджено ключові категорії та фактори, що впливають на сприйняття військових у суспільстві, а також проаналізовано еволюцію цього сприйняття в Україні за останнє десятиліття, зокрема під впливом сучасних військових конфліктів.

По-перше, поняття психологічного образу як наукової категорії дозволяє краще зрозуміти, яким чином формуються уявлення цивільних осіб про військових. Образ військового залежить від багатьох чинників: соціальних стереотипів, впливу медіа, культурних особливостей, особистого досвіду

взаємодії з військовими та індивідуальних психологічних особливостей кожного громадянина. Соціальні стереотипи часто виступають основою для формування цих образів, особливо коли у людей бракує особистого досвіду спілкування з військовослужбовцями. Засоби масової інформації та культурні фактори також відіграють суттєву роль, активно впливаючи на те, як армія та її представники сприймаються у суспільстві.

По-друге, еволюція ставлення до військових у цивільному суспільстві України за останнє десятиліття є свідченням кардинальних змін, що відбулися внаслідок політичних та військових подій. Якщо до 2014 року українська армія сприймалася неоднозначно, а інколи з байдужістю, то після початку російської агресії на Донбасі і анексії Криму військові стали уособленням захисників незалежності та суверенітету країни. У суспільстві суттєво підвищився рівень поваги до військових, а армія почала асоціюватися з національним патріотизмом, жертовністю та відвагою

Нарешті, сучасні військові конфлікти суттєво вплинули на психологічний образ військових в Україні. Військові дії на сході України, які тривають з 2014 року, перетворили армію на центральний елемент національного самозбереження. Військові стали символами захисту національної ідентичності та незалежності. З іншого боку, військові конфлікти також підняли на поверхню складні питання соціальної адаптації та реабілітації ветеранів, які повертаються з фронту.

Таким чином, у першому розділі було показано, що психологічний образ військових є складним і багатошаровим конструктом, який формується під впливом різноманітних факторів. В останнє десятиліття цей образ зазнав суттєвих змін у зв'язку з військовими подіями, що відбуваються в Україні, і став об'єктом особливої уваги як з боку наукової спільноти, так і з боку громадянського суспільства.

## РОЗДІЛ 2



## ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ВІЙЬКОВОГО У ЦИВІЛЬНИХ ОСІБ

### 2.1. Соціальні та культурні стереотипи щодо військових: механізми формування та вплив на громадську думку

Стереотипи — це соціально-культурні уявлення, які складаються про певні групи людей і відображають їхні типові характеристики у спрощеній та узагальненій формі. Вони можуть бути як позитивними, так і негативними, і відіграють важливу роль у формуванні ставлення суспільства до різних професійних, етнічних або соціальних груп. Військові, як професійна спільнота, не є винятком, і про них часто формується низка стереотипів, які впливають на суспільну думку. Дослідження соціальних та культурних стереотипів щодо військових дозволяє зрозуміти механізми їх формування та вплив на сприйняття цієї професійної групи цивільними особами [16, с. 96-100; 17, с. 112-114].

Стереотипи щодо військових формуються під впливом низки соціальних та культурних факторів, які можна розділити на декілька основних категорій: мас-медіа та популярна культура, історичний контекст, політичний дискурс, соціальний досвід та міжособистісні контакти, культурні архетипи.

Засоби масової інформації, кіноіндустрія, література та інші форми масової культури відіграють центральну роль у формуванні стереотипів про військових. Військові часто зображуються як героїчні фігури, що захищають батьківщину, або як жорсткі, дисципліновані, але відсторонені особи, котрі діють згідно з наказами. Фільми та телесеріали, особливо на військову тематику, закріплюють певні образи та архетипи військових, що стають основою для стереотипного сприйняття [24].

Військові традиції і культура тісно пов'язані з історією конкретної країни або регіону. Наприклад, в Україні, через військові конфлікти останніх десятиліть, образ військовослужбовця набув особливого значення. У період

збройних конфліктів, військові часто асоціюються із захисниками незалежності та свободи, що формує позитивний образ. Однак, у мирний час військові можуть асоціюватися з репресіями, війнами або політичною нестабільністю.

Політичні еліти активно впливають на формування стереотипів, використовуючи військових для пропаганди або політичних кампаній. Наприклад, у політичних промовах військові можуть виступати символом патріотизму та національної гордості [22, с. 230-238]. Політична риторика формує суспільні уявлення про військових, часто наголошуючи на їхній важливості для держави.

Особистий досвід взаємодії з військовими також впливає на формування стереотипів. Люди, які мають позитивний досвід спілкування з військовими, з більшою ймовірністю формуватимуть позитивні стереотипи, тоді як негативний досвід може підсилювати негативні упередження [38]. Це особливо актуально в умовах воєнних конфліктів, де військові безпосередньо взаємодіють з цивільними особами.

У багатьох культурах існують певні архетипи військового як ідеального воїна, захисника, дисциплінованої людини. Ці архетипи глибоко вкорінені в національних міфах, традиціях і релігійних уявленнях [7, с.88-95]. Наприклад, образ козака в українській культурі історично асоціюється з вільнолюбством, захисником національних інтересів і воїном, що сформувало певний образ військових в українському суспільстві.

Стереотипи щодо військових мають значний вплив на громадську думку. Залежно від того, як військові представлені в суспільстві, їх можуть сприймати як героїв або як загрозу [20, с.67-75]. Основні наслідки впливу стереотипів на громадську думку можна розглянути через деякі аспекти, а саме:

- Підтримка або критика військової політики;
- Ставлення до військових як соціальної групи;

- Психологічний вплив на військових;
- Вплив на рекрутацію та службу в армії;
- Формування гендерних стереотипів.

Громадська думка щодо військових може впливати на ставлення до військових операцій, оборонної політики держави та загалом до армії. Наприклад, у країнах, де військові асоціюються з захисниками національної безпеки, громадська думка зазвичай підтримує збільшення оборонного бюджету і активну участь військових у міжнародних конфліктах [31]. Одночасно, у суспільствах з негативними стереотипами щодо військових, політична підтримка військових дій може бути меншою.

Стереотипи можуть впливати на соціальну інтеграцію або дезінтеграцію військових у суспільстві. Наприклад, позитивні стереотипи щодо військових як патріотів і захисників можуть сприяти їхній соціальній підтримці, визнанню та повазі з боку суспільства [17, с. 112-114]. Негативні стереотипи, навпаки, можуть призводити до соціальної маргіналізації військових, особливо в післявоєнний період, коли вони повертаються до цивільного життя.

Стереотипи можуть впливати на самоідентифікацію військових і їхнє психологічне самопочуття. Позитивні стереотипи можуть підсилювати почуття гордості за свою професію, тоді як негативні — спричиняти відчуження та психологічний стрес [46]. Це особливо актуально для ветеранів, які повертаються до мирного життя і часто стикаються з труднощами адаптації через стереотипи про військових.

Стереотипи про військових також можуть впливати на рішення молоді щодо вступу до армії. Якщо військові асоціюються з престижем, дисципліною та можливістю особистісного розвитку, це може стимулювати більше людей обирати військову кар'єру. Негативні стереотипи, такі як асоціації з насильством, ризиком для життя або жорсткими умовами служби, можуть відлякувати потенційних рекрутів [8, с. 48-50].

Військові традиційно асоціюються з маскуліністю, що призводить до гендерних стереотипів. У суспільстві часто формуються уявлення про те, що військова служба — це «чоловіча справа», що може сприяти дискримінації жінок у збройних силах. Однак сучасні тенденції поступово змінюють ці стереотипи, коли дедалі більше жінок беруть участь у військових операціях і займають високі військові посади [15, с. 25-28].

Отже, соціальні та культурні стереотипи щодо військових є складним феноменом, який формується під впливом різних факторів — від медіа та політичного дискурсу до історичних традицій і особистого досвіду. Ці стереотипи мають значний вплив на громадську думку та можуть як підтримувати, так і підірвати суспільну довіру до військових. Вони також впливають на самоідентифікацію військових, їхню соціальну інтеграцію та психологічний стан. У сучасному світі важливо розуміти ці механізми та працювати над усуненням негативних стереотипів для гармонійної інтеграції військових у суспільне життя.

## **2.2. Масова інформація та її роль у формуванні психологічного образу військового**

Масова інформація має вирішальне значення для формування уявлення про військових у свідомості цивільних громадян. Різні інформаційні ресурси, такі як телебачення, радіо, газети, інтернет-портали та соціальні медіа, створюють і поширюють образ військових, впливаючи на сприйняття цієї професійної групи в суспільстві. Дослідники соціальних комунікацій відзначають, що ЗМІ можуть як позитивно формувати уявлення про військових, так і сприяти виникненню негативних образів, що безпосередньо впливають на громадську думку, соціальну підтримку та ставлення до служби в армії в цілому [18, с. 239-242].

Одним з найвпливовіших медіа-ресурсів є телебачення, воно активно формує громадську думку щодо військових. Завдяки репортажам з зони

бойових дій, інтерв'ю з військовослужбовцями, документальним фільмам та спеціалізованим програмам, телебачення створює образ військових як героїв, що захищають свою країну, або як жертв складних обставин. Наприклад, новини часто акцентують увагу на героїзмі військових, тоді як спеціалізовані програми можуть показувати труднощі, з якими вони стикаються [21, с. 50-52].

Крім телебачення важливу роль у формуванні емоційно - насиченого та візуально виразного образу військових відіграє кінематограф. Фільми на військову тематику можуть створювати тривалі уявлення у глядачів, представляючи військових або як безстрашних героїв, або як травмованих ветеранів. Такі подачі формують дві різні моделі сприйняття військових, що мають значний вплив на суспільну свідомість[24].

Основними джерелами інформації про актуальні військові конфлікти, дії армії та роль військових у суспільстві є новинні медіа та інформаційні агентства. Репортажі з бойових дій, аналітичні матеріали та інтерв'ю з військовими сприяють формуванню певного ставлення до армії. ЗМІ можуть висвітлювати роль військових як позитивно, акцентуючи на їхніх героїчних вчинках, так і негативно, фокусуючись на проблемах, таких як порушення прав людини або корупція в армії. Залежно від редакційної політики та контексту, новинні медіа можуть створювати різні образи військових. Якщо, під час війни позитивні репортажі про захист країни військовими сприяють формуванню патріотичних настроїв і позитивного іміджу армії, то новини про корупційні скандали чи військові злочини можуть формувати негативне ставлення [30, с.149-152].

Досить вагомий вплив на створення образу військового роблять соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter, YouTube та інші платформи. Вони надають можливість користувачам безпосередньо взаємодіяти з військовими, дізнаватися їхні історії та отримувати інформацію з перших вуст. Соціальні медіа дозволяють поширювати як позитивні, так і негативні розповіді про військових, що формує багатогранний і реалістичний

образ. Військові можуть ділитися своїм досвідом через соціальні мережі, що дає змогу цивільним більше дізнатися про їхнє життя, діяльність і переживання. Ці платформи також сприяють обговоренню актуальних тем, пов'язаних із військовими, допомагаючи формувати різностороннє уявлення про їхню роль у суспільстві.

Під час війни чи військових конфліктів держава часто використовує мас-медіа для підтримки патріотизму та створення позитивного іміджу військових у суспільстві. Державні інформаційні кампанії націлені на підкреслення ролі військових як захисників країни та героїв, що позитивно впливає на громадську думку. Ці кампанії можуть включати рекламні ролики, плакати, публікації в новинах і соціальних мережах, які акцентують увагу на героїзмі та самопожертві військовослужбовців. Це допомагає формувати патріотичний настрій серед населення і підтримувати віру в армію як важливу та необхідну інституцію в умовах військової загрози [13, с. 16-20; 42, с. 70-74].

Масова інформація може суттєво впливати на формування психологічного образу військових як позитивно, так і негативно, залежно від характеру та контексту висвітлення.

Позитивний вплив мас-медіа проявляється у створенні образу військових як людей честі, героїв, патріотів і захисників держави. У медіа військові часто представлені як ті, хто самовіддано виконує свої обов'язки, захищаючи цивільних людей та країну від зовнішніх загроз. Такий підхід сприяє формуванню у суспільства позитивного емоційного зв'язку з військовими, що дозволяє глибше усвідомити важливість їхньої діяльності. Це не лише підвищує рівень підтримки армії, а й сприяє зміцненню національної єдності та патріотизму серед громадян [35, с. 65-68].

Крім того, засоби масової інформації часто висвітлюють програми соціальної підтримки для військових, включаючи реабілітацію ветеранів, що формує образ турботи про тих, хто віддав своє здоров'я або життя заради безпеки країни. Таке висвітлення підвищує відчуття соціальної

відповідальності та створює сприйняття військових як важливої та гідної професійної групи, яка заслуговує на підтримку.

Однак негативний вплив медіа інформації також може виникати, наприклад коли висвітлюються випадки порушення прав людини або психологічні проблеми військовослужбовців після бойових дій. Такі повідомлення можуть суттєво змінювати громадську думку, сприяючи формуванню негативного образу військових у суспільстві. У таких випадках суспільство може втрачати довіру до військових або навіть починати ставитися до них з недовірою чи острахом [22, с.230- 238]. Внаслідок цього у цивільних може формуватися певна дистанція або страх перед військовими як людьми, що постійно перебувають у стресових і небезпечних ситуаціях.

Ще одним аспектом саме негативного впливу мас-медіа є схильність до спрощення та стереотипізації образу військових. Медіа часто представляють військових у чорно-білих тонах, наприклад, як «нелюдських машин», що механічно виконують накази без будь-яких емоцій чи моральних сумнівів, або як героїв, які завжди діють у бездоганній моральній площині. Це призводить до формування стереотипних уявлень про військових, що не відображають реальної складності їхньої роботи та життя [ 35, с. 65-69].

Таким чином, масова інформація є потужним інструментом, здатним формувати як позитивний, так і негативний образ військових, впливаючи на громадську думку та ставлення до цієї групи в суспільстві.

### **2.3. Дослідження сприйняття військових в українському суспільстві після початку військової агресії з боку росії**

Психологічний образ військового є комплексною і динамічною категорією, що формується на основі взаємодії соціальних, культурних, економічних та психологічних чинників. Сприйняття військових у суспільстві відбувається через призму особистих взаємодій, медійних повідомлень та загальних соціально-політичних подій. Цивільні особи можуть як ідеалізувати

військових, так і, навпаки, виявляти обережність або навіть страх у взаємодії з ними, що часто пов'язано з посттравматичними наслідками, які можуть мати військові. Після початку військових дій на Донбасі та повномасштабної війни в 2022 році образ військових в Україні набув нових рис [10]. Відповідно до досліджень, проведених соціологічними центрами, більшість українців ставляться до військових з великою повагою та довірою, вважаючи їх захисниками країни. Також зросла кількість громадських ініціатив, спрямованих на підтримку армії та ветеранів, що позитивно вплинуло на образ військових у суспільстві.

Нами було проведено дослідження метою якого було вивчення психологічного образу військових у свідомості цивільного населення України, а також визначення основних факторів, що впливають на формування цього образу. З огляду на військові дії та суспільні зміни в Україні протягом останнього десятиліття, дослідження акцентує увагу на стереотипах, медійному впливі та індивідуальному досвіді взаємодії з військовими.

Для реалізації зазначеної мети були окреслені такі завдання:

- Вивчити соціальні стереотипи щодо військових, що склалися в українському суспільстві.
- Проаналізувати роль засобів масової інформації у формуванні психологічного образу військових.
- Визначити психологічні механізми, що впливають на формування образу військових у цивільних осіб.
- Провести емпіричне дослідження сприйняття військових цивільними особами.

### **2.3.1. Метод анкетування: аналіз ставлення цивільних до військових**



Для досягнення поставлених завдань було використано кілька методів, серед яких: метод анкетування, контент-аналіз медіа, метод фокус-груп.

Анкетування — один із найбільш поширених методів у соціально-психологічних дослідженнях. Даний метод дозволяє зібрати кількісні дані щодо сприйняття військових у цивільних осіб. Ми використовували соціальні мережі для збору даних через електронні анкети. Платформи, такі як Instagram, Telegram, Facebook, є зручними для охоплення широкої аудиторії. У цьому дослідженні анкетування було проведено серед 50 респондентів різних вікових категорій (18–65 років), які проживають у різних регіонах України. Для забезпечення об'єктивності були залучені як міські, так і сільські жителі. Анкетування надсилалось в електронній формі.

Нами було визначені наступні переваги анкетування через соціальні мережі:

- Широке охоплення респондентів за короткий час.
- Анонімність, що підвищує чесність відповідей.
- Можливість залучення різноманітної аудиторії, як за віком, так і за географічним розташуванням.
- Доступність - велика кількість користувачів регулярно перевіряє свої акаунти в соцмережах, що робить їх легко доступними для участі в дослідженні.
- Економія часу - онлайн анкети легко створити, розповсюдити та проаналізувати за допомогою платформ на зразок Google Forms.

Питання анкетування відображені у додатку А.

### **2.3.2. Метод контент-аналізу медіа: вплив мас-медіа на формування образу військових**

Ще один метод який ми використовували під час дослідження є метод контент-аналіз медіа. Він є систематичним методом дослідження, який дозволяє детально проаналізувати, як різні медіа джерела представляють певні теми або категорії. У нашому дослідженні цей метод використовується для вивчення того, як медіа формують образ військових і як це впливає на сприйняття військових у цивільних осіб.

Перше, що ми зробили при проведенні контент-аналізу, це чітко визначили мету дослідження. У нашому випадку мета полягає у вивченні того, як медіа, зокрема телевізійні новини, новинні сайти та соціальні мережі, висвітлюють образ військових. Ми прагнемо зрозуміти, які теми, риси та тональність використовуються у висвітленні військових, а також як ці фактори впливають на громадське сприйняття військових.

Для досягнення мети дослідження було визначено джерела медіа, які у подальшому були проаналізовані. У нашому випадку обрано 20 медіа джерел. Це включає телевізійні новини, новинні сайти як українські, так і міжнародні, а також соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter та TikTok. Джерела були обрані на основі їхньої актуальності, частоти публікацій і охоплення теми військових.

Після вибору джерел ми сформулювали критерії для аналізу. Були визначені наступні критерії:

- Теми і категорії - вивчення основних тем, які обговорюються у зв'язку з військовими, таких як героїзм, агресія, гуманітарні аспекти, дисципліна тощо.
- Тональність - оцінка емоційної забарвленості матеріалів. Визначаємо, чи є тональність матеріалів позитивною, негативною чи нейтральною.
- Формат представлення - аналіз формату, в якому подані матеріали, включаючи статті, новинні відео та пости в соціальних мережах.

Останнім етапом роботи дослідження за допомогою цього методу було проаналізувати дані та надати інтерпретацію. Для аналізу ми визначили частоту появи певних тем і тональності. Інтерпретація включає аналіз тенденцій, порівняння з іншими дослідженнями та визначення впливу на сприйняття військових. Особлива увага приділяється контексту, в якому представлений образ військового, для розуміння того, як медіа формують уявлення про військових у суспільстві.

### **2.3.3. Метод фокус-груп: вивчення глибинних психологічних реакцій на військових**

Крім цього, під час нашого дослідження ми використовували ще один метод - метод фокус-груп, щоб отримати детальну інформацію про те, як громадськість сприймає військових, а також вплив медіа на це сприйняття.

Мета фокус-групи полягає в детальному вивченні уявлень і ставлень людей до образу військових. Основним завданням було з'ясувати, які емоції та асоціації викликає цей образ у різних соціальних групах, а також як медіа і культурні фактори впливають на ці уявлення. Ми прагнемо виявити, які стереотипи і риси найбільш часто асоціюються з військовими та як зміни в медіа-репрезентаціях впливають на суспільне сприйняття.

Більш детальний опис методу фокус-груп відображено нижче, у таблиці 2.3.3.1.

*Таблиця 2.1*

#### **Опис методу фокус-груп**

<b>Формування фокус-груп</b>	
<b>Кількість респондентів</b>	Для нашого дослідження було організовано 4 фокус-групи по 8-10 учасників у кожній. Загальна кількість респондентів складає 32-40 осіб
<b>Групи учасників</b>	

Фокус-група 1	Молодь (18-25 років) – ця група репрезентує молодше покоління, яке активно користується соціальними мережами
Фокус-група 2	Люди середнього віку (26-45 років) – ця група відображає більше зріле сприйняття, яке може включати більше досвіду і різних медійних впливів
Фокус-група 3	Старше покоління (46-65 років) – ця група може представити традиційні погляди і ставлення до військових
Фокус-група 4	Військові та ветерани – ця група дає можливість отримати внутрішній погляд на те, як самі військові сприймають своє представлення в медіа і суспільстві.

Під час дослідження для фокус-груп були розроблені питання, що охоплюють ключові аспекти сприйняття образу військового в українському суспільстві. Метою цих питань було зрозуміти, як цивільні особи сприймають військових, які риси вони вважають найбільш характерними для цієї групи, і як на це сприйняття впливають медіа та особистий досвід.

Питання для дискусії були наступні:

1. Як ви сприймаєте образ військового, представленого в медіа? Які асоціації та емоції у вас викликає цей образ?
2. Які риси військових ви вважаєте найбільш характерними? Чи змінилися ці уявлення з часом?
3. Як медіа впливають на ваше сприйняття військових? Які медійні канали і формати мають найбільший вплив?
4. Які стереотипи про військових, на вашу думку, є найбільш поширеними?

## 5. Як особистий досвід і соціальне оточення вплинули на ваше ставлення до військових?

Фокус-групи проводилися у двох форматах: онлайн та офлайн. Офлайн-сесії проходили в університетських аудиторіях, спеціально підготовлених для комфортного проведення обговорень, з урахуванням всіх необхідних умов для активної участі респондентів. Онлайн-сесії відбувалися через платформи Zoom та Microsoft Teams, що дозволяло залучити учасників з різних географічних регіонів і забезпечити їхню участь без необхідності фізичної присутності.

Кожна сесія тривала від 1,5 до 2 годин. Процес обговорення контролював модератор, який забезпечував дотримання теми та рівномірний розподіл часу між учасниками. Під час дискусій учасники мали можливість висловити свої думки щодо питань, що стосуються сприйняття військових та їхнього образу в медіа. Усі сесії були записані, а згодом їхні стенограми були використані для подальшого якісного аналізу.

### **2.4. Образ військового очима цивільних осіб: результати емпіричного дослідження**

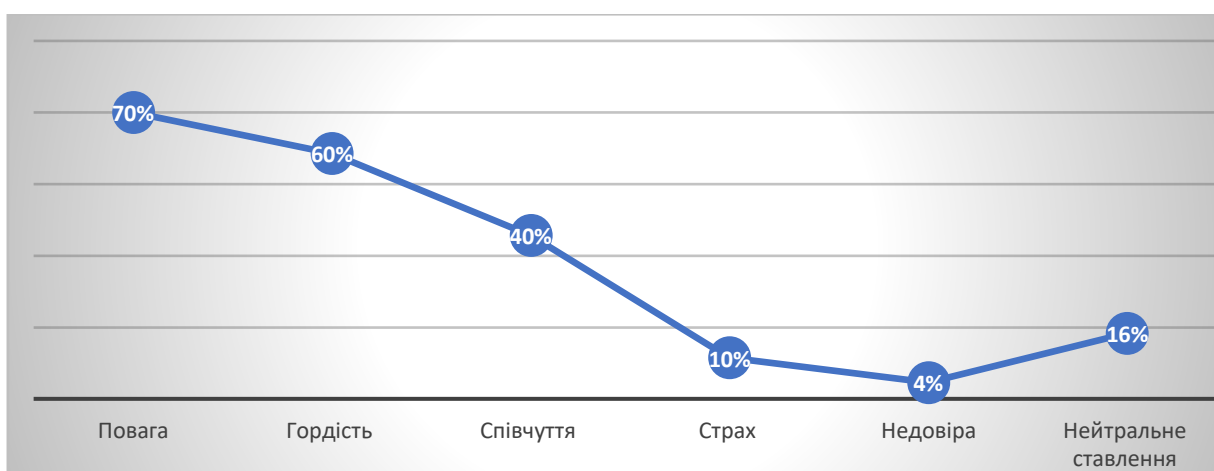
Для дослідження психологічного образу військових у цивільних осіб серед 50 респондентів, ми виділили п'ять ключових критеріїв, які допоможуть детальніше зрозуміти особливості сприйняття військових. А саме: основне джерело інформації про військових, емоційна реакція на військових, частота зустрічей з військовими у повсякденному житті, рівень довіри до військових як до захисників країни, зміна ставлення до військових після початку війни у 2022 році.

Критерій «Основне джерело інформації про військових» визначає, через які канали цивільні найчастіше отримують інформацію про військових, що безпосередньо впливає на формування їхнього образу. Результати які отримали при анкетуванні відображені нижче рис. 2.4.1.



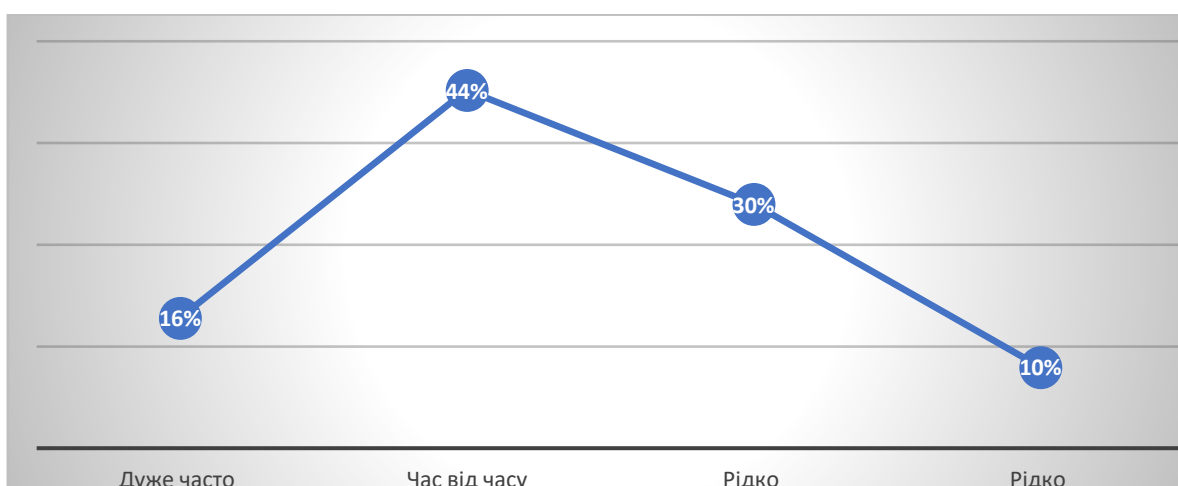
**Рисунок 2.1 - Результати анкетування за критерієм «Основне джерело інформації про військових»**

Критерій «Емоційна реакція на військових» показує, які емоції викликає образ військових у цивільних, що допомагає зрозуміти психологічні установки та ставлення до них. Результати які отримали при анкетуванні відображені нижче рис. 2.4.2.



**Рисунок 2.2 - Результати анкетування за критерієм «Емоційна реакція на військових»**

Критерій «Частота зустрічей з військовими у повсякденному житті» дозволяє оцінити, наскільки часто цивільні стикаються з військовими, що також впливає на їхнє сприйняття. Результати які отримали при анкетуванні відображені нижче рис. – 2.4.3.



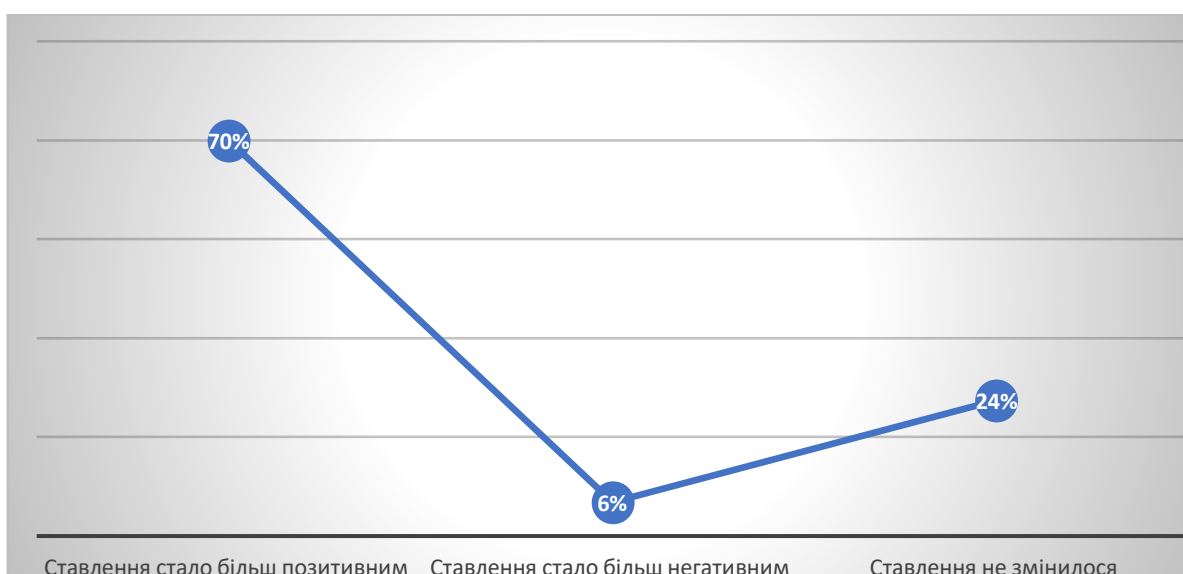
**Рисунок 2.3 - Результати анкетування за критерієм «Частота зустрічей з військовими у повсякденному житті»**

Критерій «Рівень довіри до військових як до захисників країни» показує рівень підтримки військових у суспільстві. Результати які отримали при анкетуванні відображені нижче рис. 2.4.4.



**Рисунок 2.4. - Результати анкетування за критерієм «Рівень довіри до військових як до захисників країни»**

Критерій «Зміна ставлення до військових після початку війни у 2022 році» показує, як війна вплинула на ставлення респондентів до військових. Результати які отримали при анкетуванні відображені нижче рис. 2.4.5.



**Рисунок 2.5. - Результати анкетування за критерієм «Зміна ставлення до військових після початку війни у 2022 році»**

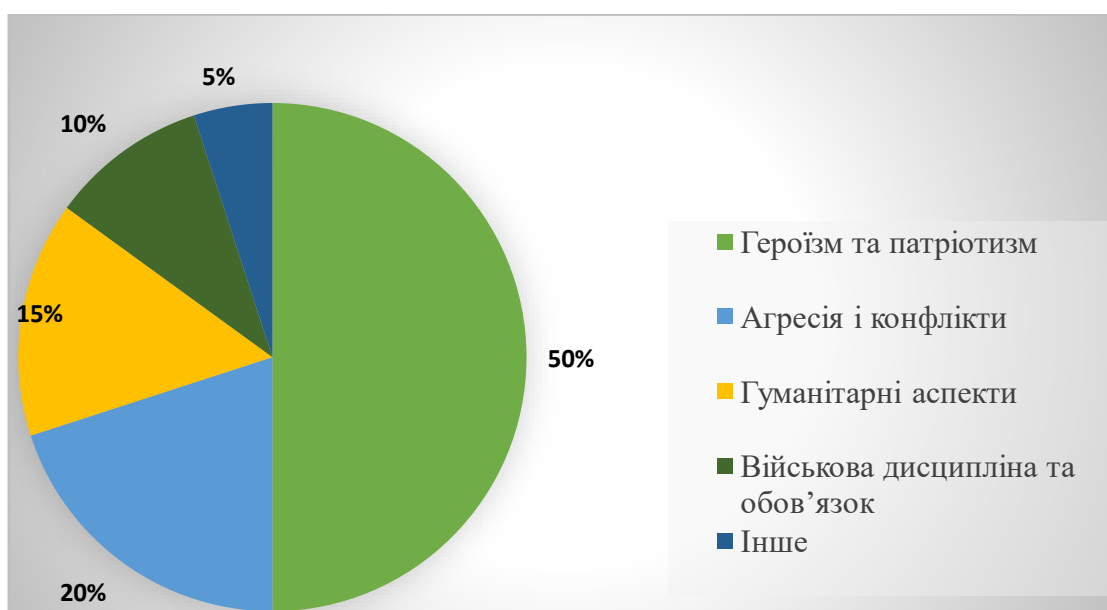
Отже, можна зробити наступні висновки на основі вище зображених результатів:

- Соціальні мережі є основним джерелом інформації про військових, що свідчить про їхній великий вплив на формування образу.
- Більшість респондентів відчувають позитивні емоції, такі як повага та гордість, що свідчить про високий рівень підтримки військових у суспільстві.
- Регулярні контакти з військовими (44% респондентів стикаються з ними час від часу) також позитивно впливають на сприйняття їхнього образу.
- Довіра до військових залишається високою – 90% респондентів мають повну або часткову довіру до них.
- З початком війни у 2022 році більшість респондентів (70%) змінили своє ставлення до військових у більш позитивну сторону.

Ці дані демонструють, що образ військового серед цивільних у значній мірі формується через соціальні мережі та особистий контакт, і сприймається здебільшого позитивно.

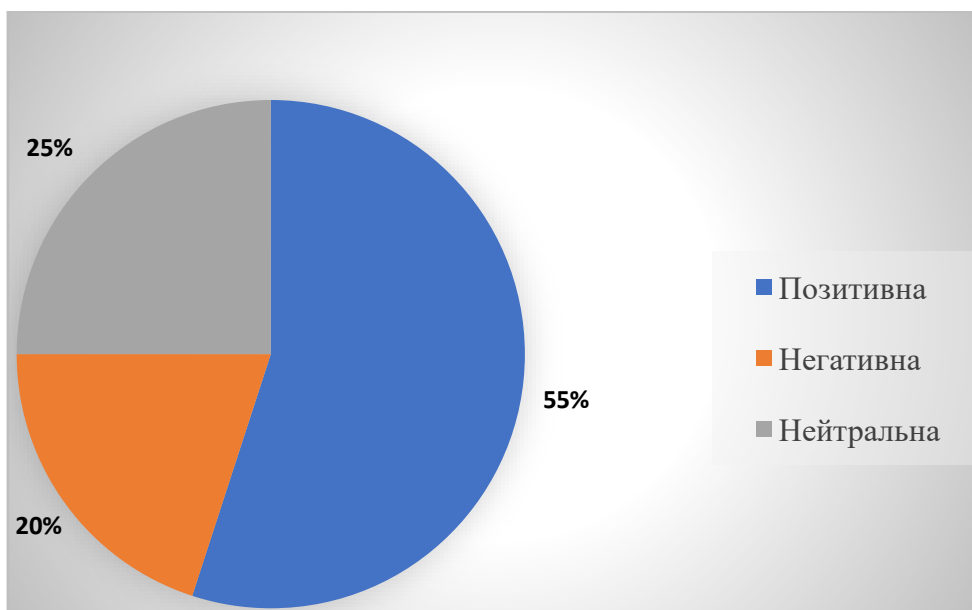
Результати які ми отримали під час контент-аналізу медіа за виділеними критеріями відображені нижче рис. 2.4.6.





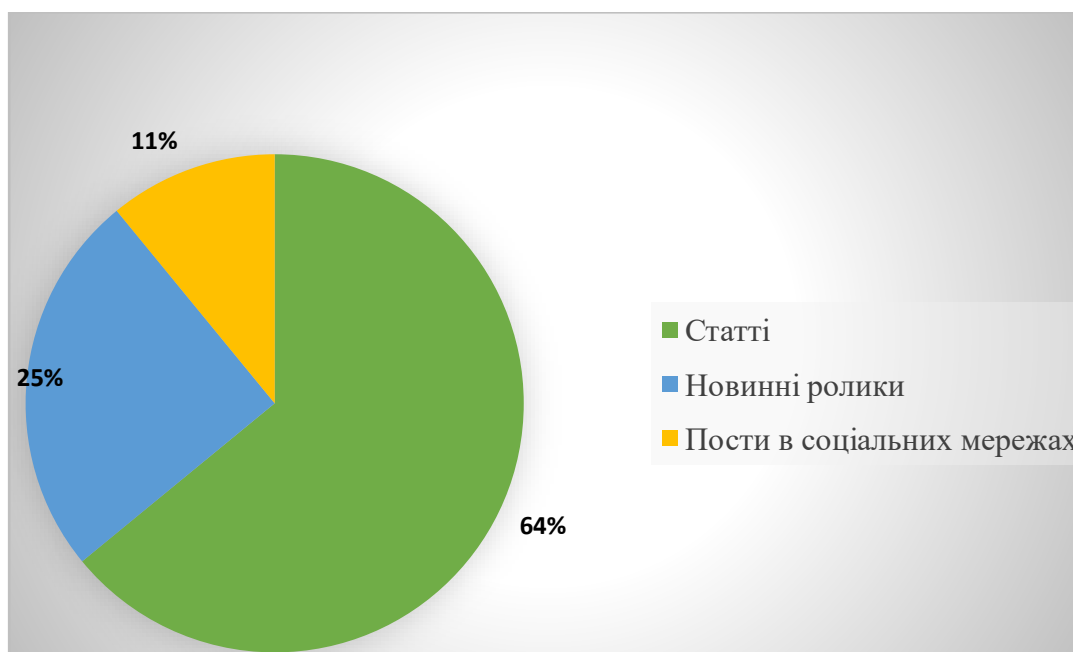
**Рисунок 2.6. - Результати дослідження за критерієм «Теми та категорії»**

Результати дослідження за критерієм «Теми та категорії» були наступними: 50% матеріалів акцентують на героїзмі і патріотизмі військових. Висвітлюються інтерв'ю з військовими, їхні героїчні вчинки та патріотичні дії. 20% матеріалів концентруються на агресії та конфліктах, зокрема на описах бойових дій, насильства та його наслідків. 15% матеріалів зосереджені на гуманітарних проблемах, таких як допомога постраждалим від військових конфліктів. 10% матеріалів висвітлюють дисципліну і обов'язок військових, зокрема їхню підготовку та виконання службових обов'язків. 5% матеріалів охоплюють особисті історії військових або їх повсякденне життя.



**Рисунок 2.7. - Результати дослідження за критерієм «Тональність»**

Результати дослідження за критерієм «Теми та категорії» були наступними: 55% матеріалів мають позитивний тон. Вони відзначають героїзм, самовідданість і професіоналізм військових. 20% матеріалів мають негативний тон, акцентуючи на агресії та насильстві. 25% матеріалів є нейтральними, без вираженої емоційної забарвленості.



**Рисунок 2.8. - Результати дослідження за критерієм «Формат представлення»**

Результати дослідження за критерієм «Формат представлення» були наступними: 60% матеріалів є статтями, які детально описують події та

подають аналітичний контент. 25% матеріалів представлені у формі новинних відео, які часто супроводжуються коментарями експертів. 15% матеріалів є постами в соціальних мережах, що часто містять короткі повідомлення і реакції громадськості.

Отже, контент-аналіз медіа показує, що образ військових у медіа переважно позитивний, з акцентом на їхній героїзм і патріотизм. Однак існує і негативний контекст, який стосується агресії і конфліктів. Медіа часто висвітлюють військових в контексті важливих подій, що підвищує їхній вплив на громадське сприйняття. Ці результати дозволяють зрозуміти, як медіа формують сприйняття військових і на які аспекти варто звернути увагу для покращення їхнього образу у суспільстві.

Результати дослідження фокус-груп відповідно співвідношення сприйняття образу військового відображені у таблиці 2.2.

*Таблиця 2.2*

**Результати дослідження фокус-груп відповідно співвідношення сприйняття образу військового**

Вік	Опис
Молодь (18-25 років)	У цій групі домінують асоціації з героїзмом і мужністю, але також часто згадуються агресія і страх. Молодь зазначає, що соціальні мережі формують сильні стереотипи, як позитивні, так і негативні
Люди середнього віку (26-45 років)	Результати цієї групи показують більш збалансоване сприйняття. Більшість респондентів вважають військових героями, але також визнають, що медіа можуть підкреслювати негативні аспекти

Старше покоління (46-65 років)	Старше покоління має більш традиційний погляд, акцентуючи на дисципліні і відповідальності. Вони зауважують, що медіа часто зображають військових у позитивному світлі, зосереджуючи увагу на їхній відданості
Військові ветерани та	Військові відзначають, що медіа іноді спотворюють реальний образ військових, фокусуючи увагу на конфліктах або негативних аспектах, які не завжди відображають реальність

Результати дослідження фокус-груп відповідно впливу медіа відображені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

#### Результати дослідження фокус-груп відповідно впливу медіа

Вік	Опис
Молодь (18-25 років)	Ця група вказує на соціальні мережі як основний джерело формування стереотипів
Люди середнього віку (26-45 років)	Респонденти цієї групи відзначають, що телевізійні новини та новинні сайти намагаються надати збалансовану інформацію, але часто з певними упередженнями
Старше покоління (46-65 років)	Старше покоління вважає, що традиційні медіа зображують військових переважно позитивно
Військові та ветерани	Ці респонденти вважають, що медіа часто не відображають всіх аспектів їхнього життя і роботи, зосереджуючи увагу на конфліктах або негативних сторонах

На основі результатів емпіричного дослідження, проведеного за допомогою анкетування, контент-аналізу медіа та фокус-груп, можна зробити кілька ключових висновків про те, як цивільні особи сприймають образ військового.

Загальне сприйняття образу військового:

- Результати анкетування показують, що образ військового в очах цивільних осіб є змішаним. Основні позитивні асоціації включають повагу, гордість та відповідальність, тоді як негативні аспекти, такі як страх і недовіра, також мають значний вплив. Це свідчить про те, що хоча військові сприймаються як герої і захисники, негативні стереотипи все ще існують і можуть впливати на громадське сприйняття.
- У фокус-групах учасники підтвердили ці висновки, відзначаючи, що образ військового часто сприймається через призму медійного представлення, яке може бути як позитивним, так і негативним. Військові асоціюються з героїзмом і дисципліною, але також іноді з агресією і конфліктами.

Вплив медіа на формування образу військового:

- Аналіз медійних джерел показує, що медіа відіграють ключову роль у формуванні образу військового. Телебачення, новинні сайти і соціальні мережі часто зображають військових у героїчному світлі, підкреслюючи їхню мужність і відданість. Однак існує також негативне представлення, яке фокусується на агресії або конфліктах, що може негативно впливати на сприйняття.
- Учасники фокус-груп підтвердили, що медіа часто підкреслюють позитивні якості військових, але також вказали на те, що негативні аспекти, представлені в медіа, можуть створювати упереджене ставлення. Наприклад, соціальні мережі, де часто поширюються

емоційно заряджені матеріали, можуть формувати як позитивні, так і негативні стереотипи.

Персональний досвід і соціальне оточення

- Близько 40% респондентів вказали, що їхнє ставлення до військових змінилося з початком війни в Україні, в основному в бік більшого позитивного сприйняття. Це свідчить про те, що особистий досвід і соціальне оточення можуть значно впливати на формування уявлень про військових.
- Учасники фокус-груп відзначили, що особистий контакт з військовими часто позитивно впливає на ставлення до них. Це підкреслює важливість реального досвіду та особистих знайомств у формуванні образу військового.

## **2.5. Практичні рекомендації соціально-психологічної роботи з формування позитивного образу військового у цивільних осіб**

Формування позитивного образу військового серед цивільного населення є важливим елементом соціальної інтеграції військових у мирне життя, підвищення соціальної підтримки армії та зменшення дистанції між військовими та цивільними [34, с. 32-39]. Соціально-психологічна робота в цьому контексті спрямована на зміцнення патріотичних настроїв, розвінчання негативних стереотипів про військових, а також на подолання психологічних бар'єрів між обома групами. Успішна робота в цьому напрямі має базуватися на комплексному підході, який включає освітні, медійні та громадські ініціативи. Розглянемо ключові рекомендації соціально-психологічної роботи з формування позитивного образу військових серед цивільних.

По-перше підвищення рівня обізнаності громадян через освітні програми. Однією з ключових стратегій є впровадження освітніх програм, спрямованих на роз'яснення ролі військових у сучасному суспільстві. Такі програми можуть охоплювати різні вікові категорії, починаючи від шкільної

освіти, до просвітницьких заходів для дорослих. У школах та університетах можна впроваджувати тематичні уроки та лекції, присвячені героїзму військових, їхнім досягненням, а також їхній ролі в мирному житті.

Такі заходи сприятимуть формуванню у молоді поваги до військових та розуміння їхнього внеску у захист держави. Окрім цього, для дорослих можуть бути організовані тренінги та семінари, що фокусуватимуться на темі військової служби та її важливості для збереження державної безпеки.

По-друге медіакомпанії з акцентом на позитивні риси військових. Мас-медіа відіграють величезну роль у формуванні громадської думки, тому важливо використовувати цей інструмент для популяризації позитивного образу військових. На телебаченні, в інтернеті, друкованих ЗМІ та соціальних мережах варто створювати контент, що висвітлює історії мужності та самовідданості військовослужбовців. Ці історії мають бути показані з емоційним підтекстом, який викликає гордість, співпереживання та повагу до військових [51].

Крім того, варто розвивати серіали, документальні фільми, репортажі, присвячені життю військових як на службі, так і поза нею. У фокусі таких медіакомпаній повинні бути не лише бойові подвиги, але й повсякденні виклики, з якими стикаються військовослужбовці та їхні сім'ї. Позитивний медіаобраз військового буде підтримувати ідею про їхню людяність, силу, витривалість та відповідальність перед суспільством [24; 30, с. 149-153].

По-третє організація заходів для взаємодії цивільних і військових. Одним із способів покращення взаєморозуміння між військовими та цивільними є організація спільних заходів, які дозволяють обидвом групам безпосередньо спілкуватися та взаємодіяти. Це можуть бути благодійні акції, культурні заходи, спортивні змагання, виставки або ж освітні форуми. Такі ініціативи сприятимуть тому, що цивільні громадяни побачать військових не лише в контексті їхньої професійної діяльності, але й як активних учасників соціального життя, які можуть мати спільні інтереси та цінності [38].

Особливий ефект можуть мати заходи, спрямовані на залучення молоді, оскільки молоді люди схильні формувати свої погляди через безпосередній контакт і досвід. Інтерактивні заходи можуть зменшити бар'єри у спілкуванні та подолати існуючі стереотипи.

По-четверте психологічна підтримка військових та їхніх сімей. Військові та їхні родини часто стикаються з важкими психо-емоційними навантаженнями, пов'язаними зі службою. Тому однією з практичних рекомендацій є створення психологічних служб та програм підтримки для сімей військових. Це можуть бути гарячі лінії підтримки, психологічні консультації, групи взаємодопомоги та реабілітаційні програми [14].

Психологічна допомога не лише підтримуватиме військових і їхні родини, але й сприятиме поширенню позитивної інформації про те, що військові є частиною суспільства, яка також потребує підтримки і допомоги. Це дозволить цивільним людям глибше зрозуміти проблеми, з якими стикаються військові, що сприятиме формуванню співчуття та поваги до них [19, с. 85-90].

По-п'яте протидія стереотипам через соціальні проекти та ініціативи. У суспільстві часто існують певні стереотипи щодо військових, такі як надмірна агресивність або відстороненість від цивільного життя. Для протидії цим стереотипам можна створювати соціальні проекти, які демонструють інші сторони життя військових. Це можуть бути ініціативи, що підкреслюють їхню залученість до волонтерської діяльності, освітніх проектів, підтримки місцевих громад або участі у миротворчих місіях [3, с. 32-34; 16, с. 96-98].

Соціальні проекти, які спрямовані на зміну стереотипів, можуть бути підтримані урядом, неурядовими організаціями або ж здійснюватися у партнерстві з громадськими активістами та волонтерами. Особливу увагу варто приділяти тому, щоб до таких ініціатив залучалися самі військові, що допоможе показати їх як активних учасників цивільного життя.

По-шосте робота з медіа експертами для корекції контенту. Важливою складовою соціально-психологічної роботи є співпраця з журналістами та



медіа експертами для корекції наративів, які створюються у ЗМІ про військових. Це можуть бути освітні семінари для медіа працівників, де їм пояснюватимуть важливість точного й етичного відображення військової тематики [35, с.67-69].

Ефективна комунікація з медіа також передбачає налагодження контактів між журналістами і військовими, щоб забезпечити правдиве й багатостороннє висвітлення подій. Така взаємодія дозволить формувати у ЗМІ більше реалістичний і позитивний образ військових, уникати сенсаційних заголовків, що можуть шкодити репутації військовослужбовців.

Отже, формування позитивного образу військових у цивільних осіб потребує комплексної соціально-психологічної роботи, яка повинна охоплювати як освітні та медійні ініціативи, так і безпосередню взаємодію між військовими та цивільними через громадські заходи, волонтерські акції та спільні проекти. Важливо також надавати психологічну підтримку самим військовослужбовцям і створювати умови для їхньої соціальної інтеграції після завершення служби. Такий підхід сприяє не лише зростанню довіри та взаєморозуміння між обома групами, але й покращує загальне соціальне середовище, де військові сприймаються як важлива і гідна підтримки частина суспільства.

## **Висновки до розділу 2**

Другий розділ роботи присвячений вивченню психологічних механізмів формування образу військового серед цивільних осіб. Проведений аналіз показав, що на формування цього образу впливають як соціальні, так і культурні стереотипи, медійний контент, а також досвід міжособистісної взаємодії з військовими.

У підрозділі 2.1 було розглянуто, як соціальні та культурні стереотипи формують уявлення цивільних осіб про військових. Встановлено, що стереотипи можуть бути як позитивними, так і негативними, залежно від контексту та соціокультурних факторів. Позитивні стереотипи підкреслюють

героїзм та патріотизм військових, у той час як негативні часто пов'язані з проявами агресії або відчуженості.

Підрозділ 2.2 присвячений ролі масової інформації у формуванні психологічного образу військових. ЗМІ є потужним інструментом, що може впливати на громадську думку, як через позитивні наративи, що підкреслюють професіоналізм і відвагу військових.

У підрозділі 2.3 було проаналізовано сприйняття військових у сучасному українському суспільстві після початку військової агресії з боку Росії. Виявлено, що війна стала ключовим фактором, що посилив позитивне сприйняття військових як захисників держави, однак існують і негативні аспекти, зокрема пов'язані з психологічними труднощами ветеранів та проблемами їхньої соціальної інтеграції.

Підрозділ 2.4 представив результати емпіричного дослідження, що виявило специфіку сприйняття військових цивільними особами. Було встановлено, що більшість респондентів мають позитивний образ військових, однак у деяких випадках існує відчуження через соціальну ізоляцію або недостатнє розуміння реальних умов військової служби.

У підрозділі 2.5 запропоновано практичні рекомендації для соціально-психологічної роботи, спрямовані на формування та зміцнення позитивного образу військових серед цивільних осіб. Особлива увага приділяється освітнім та медійним кампаніям, які сприяють розвінчання негативних стереотипів, а також важливості взаємодії між цивільними та військовими через спільні проекти та волонтерську діяльність.

Загалом, дослідження показало, що формування образу військового у цивільних осіб є багатофакторним процесом, на який впливають як об'єктивні соціальні умови, так і суб'єктивні чинники, включаючи особистий досвід, медіа вплив та соціально-культурні уявлення.

## ВИСНОВКИ

У ході виконання дослідження було виявлені психологічні механізми формування образу військового у цивільних осіб, зокрема через соціальні стереотипи, вплив масової інформації та безпосередні соціальні контакти. Також проведено емпіричне дослідження, що дало змогу проаналізувати сучасний образ військового в українському суспільстві в умовах військової агресії з боку Росії.

У першому розділі досліджено психологічний образ як наукову категорію. Важливими чинниками формування образу військового є соціальні та культурні стереотипи, історичний контекст та роль медіа. Еволюція ставлення до військових у суспільстві України за останнє десятиліття показує зміну уявлень про військових з нейтрального або негативного до переважно позитивного через їх роль у захисті суверенітету країни.

Аналіз впливу сучасних військових конфліктів на формування образу військового демонструє, що українське суспільство відчутно переоцінює значення армії та військових. Військові стали символом національної єдності та захисниками української державності, що суттєво вплинуло на соціальне сприйняття цих осіб.

У другому розділі проаналізовано вплив соціальних та культурних стереотипів на формування громадської думки про військових. Соціальні стереотипи, сформовані медіа та історичними подіями, відіграють важливу роль у сприйнятті військових як героїв або агресорів, залежно від контексту. Масова інформація є ключовим інструментом впливу на громадську думку, і через контент-аналіз медіа виявлено, що медіа здебільшого акцентують увагу на позитивних рисах військових — мужності, відповідальності та героїзмі, що сприяє формуванню їхнього позитивного образу.

Емпіричне дослідження включало три основні методи: анкетування, контент-аналіз медіа та фокус-групи. Анкетування показало, що більшість цивільних осіб асоціюють військових з позитивними якостями, такими як сміливість, дисциплінованість і відданість. Контент-аналіз медіа виявив, що

медіа переважно представляють військових у позитивному контексті, але зустрічаються й нейтральні та негативні матеріали, що може впливати на неоднозначність сприйняття. Фокус-групи дали змогу глибше вивчити емоційні та психологічні реакції на військових, виявивши різні реакції в залежності від соціального та вікового контексту респондентів.

У завершальній частині дослідження розроблено практичні рекомендації для соціально-психологічної роботи з формування позитивного образу військових. Для покращення сприйняття військових у суспільстві важливо зосередитися на підвищенні рівня обізнаності про реальні виклики, з якими вони стикаються, та підтримці безпосередніх контактів між цивільними та військовими. Це може бути реалізовано через освітні та інформаційні кампанії, зустрічі та соціальні ініціативи, що підкреслюють їхню роль у суспільстві.

Проведене дослідження показало, що образ військового в українському суспільстві є багатогранним та динамічним, і формування цього образу залежить від впливу мас-медіа, особистого досвіду та соціокультурних чинників. Позитивний образ військового посилюється завдяки медійному висвітленню їхніх героїчних вчинків та суспільній підтримці. Однак, для довготривалого позитивного сприйняття важливо продовжувати роботу над мінімізацією негативних стереотипів та зміцненням соціальних контактів між цивільними та військовими.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бабенко В. Формування стереотипного образу українського військового у висвітленні російсько-української війни в ЗМІ. *Вчені записки ТНУ імені В. Вернадського. Серія: «Журналістика». Теорія та історія соціальних комунікацій*. 2023. Т. 34 (73), № 1, Ч. 2. Запорізький національний університет. С. 160–167. URL: [https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/1\\_2023/part\\_2/26.pdf](https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/1_2023/part_2/26.pdf) (дата звернення: 24.09.2024).
2. Буряк О. О., Гіневський М. І., Катеруша Г. Л. Шляхи та методи реабілітації осіб з "військовим синдромом" та посттравматичним стресовим розладом. *Збірник наукових праць Харківського університету Повітряних Сил*. 2015. Вип. 3. С. 137-141.
3. Гавриловська К., Ковальчук Ю. Особливості образу військовослужбовця у свідомості військових контрактної форми та цивільної молоді. *Збірник наукових праць*. 2016. С. 32-34. URL: [http://eprints.zu.edu.ua/29955/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_8\\_2016.pdf#page=32](http://eprints.zu.edu.ua/29955/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_8_2016.pdf#page=32) (дата звернення: 25.09.2024).
4. Грабовська Д. С. Волонтерство як сучасна форма соціальної підтримки та допомоги : кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» : спец. 231 «Соціальна робота»; ЧНУ ім. Петра Могили. Миколаїв, 2024. 89 с.
5. Гудзь А. В. Жанрово-тематичні особливості контенту, який формує образ воїнів-захисників та захисниць України. *Теорія та історія журналістики*. 2023. С. 173-179. URL: <http://surl.li/huiyte> (дата звернення: 20.09.2024).
6. Гульбс О., Кобець О. Психологічна реабілітація учасників бойових дій. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки*. 2021. Вип. 47(3(47)). С. 12–15.
7. Данилов В. Особливості формування іміджу Збройних Сил України. *Політичний менеджмент*. 2009. № 5(38). С. 88-95. URL:

- <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/71081/10-Danylov.pdf?sequence=1> (дата звернення: 24.09.2024).
8. Євтушенко Олена. Тип культурного героя у дзеркалі вітчизняних ЗМІ. Суми, 2015. С. 46-50.
  9. Єфанов М. О. Особливості динаміки образу бійця ЗСУ в уявленнях громадського населення України. Запоріжжя, 2024. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/19715/1/%d0%84%d1%84%d0%b0%d0%bd%d0%be%d0%b2%20%d0%9c.%d0%9e..pdf> (дата звернення: 11.09.2024).
  10. Задорожна А. В. Образ українського військового: визначення поняття та його основні складові. 2023. URL: <http://surl.li/sbasyx> (дата звернення: 28.09.2024).
  11. Задорожна А. В. Образ українського військового: визначення поняття та його основні складові. Вінниця, 2023. URL: [http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/29630/1/%D0%97%D0%B0%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%BD%D0%B0%20%D0%90.\\_%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8.pdf](http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/29630/1/%D0%97%D0%B0%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%BD%D0%B0%20%D0%90._%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8.pdf) (дата звернення: 28.09.2024).
  12. Закон України: Про Збройні Сили. Відомості Верховної Ради України. Київ: Міністерство Юстиції України, 1992. 2 с.
  13. Зелінська О. І. Особливості змісту текстів соціально-патріотичної реклами. Збірник наукових праць. Вип. 23. Т. 2. С. 16-20. URL: [http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/23/part\\_2/2.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/23/part_2/2.pdf) (дата звернення: 24.09.2024).
  14. Зливков В. Л. Психологічні та соціокультурні аспекти формування мілітарної ідентичності українців: наукова доповідь на методологічному семінарі «Актуальні проблеми охорони психічного здоров'я українського народу у воєнний і повоєнний час», 16 листопада 2023 р. URL: <http://surl.li/gartmwq> (дата звернення: 20.09.2024)
  15. Іванченко Ю. Образ сучасного героя російсько-української війни // Кваліфікаційна робота. Ніжин, 2024. 64 с. URL:

<http://lib.ndu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/3702/2/%d0%9a%d0%b2%d0%b0%d0%bb%d1%96%d1%84%d1%96%d0%ba%d0%b0%d1%86%d1%96%d0%b9%d0%bd%d0%b0%20%d1%80%d0%be%d0%b1%d0%be%d1%82%d0%b0%20%d0%86%d0%b2%d0%b0%d0%bd%d1%87%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be%20%d0%ae.%202024.pdf>. (дата звернення: 23.09.2024).

16. Ільницька У. Політичні стереотипи та стереотипізація мислення: роль та значення у системі іміджевих комунікацій. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*: Зб. наук. пр. Львів, 2007. Вип. 19. С. 96-100.
17. Калагін Ю. А. Стереотипи військовослужбовців-жінок про армію та військову службу. *Соціологія*. Харків, 2024. С. 112-114. URL: <file:///C:/Users/MaxVel/Downloads/436-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-843-1-10-20161020.pdf> (дата звернення: 17.09.2024)
18. Кириченко В. В. Психологічний аналіз медійного дискурсу російсько-української війни. *Габітус*. 2022. № 41. С. 239-244. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/34663/>.
19. Клочков В. В. Підтримання психологічної стійкості військовослужбовців в районі ведення бойових дій. *Вісник Національного університету оборони України*. 2023. № 1(71). С. 85-90.
20. Ковальська Г. О. Образ ідеального військовослужбовця в уявленні мобілізованих. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Психологічні науки*. 2014. Вип. 2(1). С. 67-71.
21. Козиряцька С. Формування медіаобразу: ретроспектива та сучасність. Запоріжжя, 2017. С. 50-53. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Media-image-formation-the-retrospective-and-the-contemporaneity-S.-Kozyryatska.pdf>.

22. Констанкевич І. Медіаманіпуляції як інструмент інформаційної війни: типологія, мовні маркери, методи фактчекінгу. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2024. С. 230-245. URL: [https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120229/papers/A\\_39.pdf](https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120229/papers/A_39.pdf) (дата звернення: 25.09.2024).
23. Кучеренко С. М., Хоменко Н. М. Організаційні особливості соціально-психологічної адаптації військовослужбовців, які брали участь у бойових діях, до умов мирного життя. *Проблеми екстремальної та кризової психології. Збірник наукових праць*. Харків : НУЦЗУ, 2017. Вип. 21. С. 66-74. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/5512/1/%d0%9a%d1%83%d1%87%d0%b5%d1%80%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be%20%d0%a1.%d0%9c.%2017.pdf>. (дата звернення: 20.09.2024).
24. Ладуба М. Ціна свободи: фільми та серіали про війну в Україні, які вийшли у 2022-2023 роках. 2023. URL: <https://mc.today/uk/tsina-svobodi-filmi-ta-seriali-pro-vijnu-v-ukrayini-yaki-vijshli-u-2022-2023-rokah/> (дата звернення: 22.09.2024).
25. Люта О. Посттравматичний стресовий розлад у військовослужбовців – учасників бойових дій. 2019. URL: <https://narkosumy.lic.org.ua/statti/posttravmatychnyj-stresovyj-rozlad-u-vijskovosluzhbovtsiv-uchasnykiv-bojovyh-dij/> (дата звернення: 24.09.2024).
26. Макаренко Владислав. Особливості взаємодії правоохоронців з військовослужбовцями із посттравматичним стресовим розладом. Дніпро, 2023. С. 195-197. URL: <https://er.dduvs.edu.ua/bitstream/123456789/11345/1/%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%B0%D1%80%20%D0%9A%D0%9A%D0%94%D0%9F%2025.05.2023.pdf#page=195> (дата звернення: 27.09.2024).
27. Миколайчук М. І., Гривчук Я. М. Структурна організація особистості як чинник соціального ставлення до військових та ветеранів російсько-української війни. *Освітньо-науковий простір*. 2024. С. 47-50. URL:



[https://www.psych.vernadskyjournals.in.ua/journal/3\\_2024/3\\_2024.pdf#page=53](https://www.psych.vernadskyjournals.in.ua/journal/3_2024/3_2024.pdf#page=53) (дата звернення: 28.09.2024).

28. Минько О. В. Теоретико-методичні засади формування системи цивільно-військового співробітництва у формуваннях Національної гвардії України. *Честь і закон*. 2020. № 2 (73). С. 74-80. URL: <http://chiz.nangu.edu.ua/article/view/207148/207229>.
29. Орловська О. А. Особливості адаптації військовослужбовців до умов цивільного життя. *Молодий вчений*. С. 45-48. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/2264/2248> (дата звернення: 28.09.2024).
30. Осаула В. О. Патріотична реклама в Україні: відповідь на виклики часу. 2019. С. 149-153. URL: <file:///C:/Users/MaxVel/Downloads/176005-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-388642-1-10-20190815.pdf> (дата звернення: 23.09.2024).
31. Основи військової психології: навч. посіб. / Г. В. Бондарев, П. П. Круть; Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків, 2020. 272 с. URL: [https://document.kdu.edu.ua/info\\_zab/053\\_1659.pdf](https://document.kdu.edu.ua/info_zab/053_1659.pdf). (дата звернення: 24.09.2024).
32. Павленко А. Ю. Рекламні засоби формування образу українського воїна в медіапросторі України. Запоріжжя, 2024. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/19332/1/Pavlenko%202024.pdf> (дата звернення: 19.09.2024).
33. Після війни психологічна підтримка може знадобитися близько 15 млн. українців — В. Ляшко. УкрІнформ. 2023, 7 березня. URL: <http://surl.li/xefiin> (дата звернення: 14.09.2024).
34. Попов О. Толерантність у сучасному суспільстві: виклики та педагогічні підходи. *Освітньо-науковий простір*. 2024. 2(6 (1)). С. 32-39.

35. Проноза І. І. Засоби масової інформації і комунікації в інформаційній війні як сучасна політична практика. Одеса, 2020. С. 65-69. URL: [http://politicus.od.ua/3\\_2020/12.pdf](http://politicus.od.ua/3_2020/12.pdf) (дата звернення: 16.09.2024).
36. Психологічні дослідження: наукові праці викладачів та студентів соціально-психологічного факультету. Вип. 8 / За ред. Л. П. Журавльової, Н. Ф. Портницької, Ю. Ю. Дем'янчук. Житомир, 2016. 186 с.
37. Російсько-українська війна: гендерні виклики та упередження. Соціокультурне відношення до військовослужбовців. Харків, 2022. С. 19-22. URL: [https://wicc.net.ua/media/gender\\_challenges.pdf](https://wicc.net.ua/media/gender_challenges.pdf) (дата звернення: 20.09.2024).
38. Сальнікова О. Ф., Кушнір В. О., Прощин І. В. Цивільно-військове співробітництво як елемент системи стратегічних комунікацій. 2019. URL: [http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/7\\_2019/3.pdf](http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/7_2019/3.pdf).
39. Соціально-психологічний стан українського суспільства в умовах повномасштабного російського вторгнення: нагальні виклики і відповіді: наукова доповідь на засіданні Президії НАПН України, 21 квітня 2022 р. URL: <https://inlnk.ru/57kxmj> (дата звернення: 25.09.2024).
40. Столяренко О. Б. Психологія особистості: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 280 с.
41. Теоретико-психологічні детермінанти та практичні складові російсько-української гібридної війни: наукове дослідження. Київ: Видавництво Людмила, 2024. 384 с. URL: <http://surl.li/ukybtn> (дата звернення: 20.09.2024).
42. Тихомірова Ф. А. Вплив соціальної реклами на конструювання суспільної реальності. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. С. 70–74.
43. Чижевський С. О. Особливості психологічного відновлення військовослужбовців в умовах повномасштабного російського вторгнення. Департамент гуманітарного забезпечення Міністерства оборони України. URL: <http://surl.li/jlbkxh> (дата звернення: 18.09.2024).

44. Чижевський С., Колесніченко О., Бондаренко О. Актуальні проблеми розвитку системи психологічної реабілітації військовослужбовців – учасників бойових дій. *Честь і закон*. 2022. Т. 81, № 2. С. 139-149. URL: <http://surl.li/xhlmbw> (дата звернення: 22.09.2024).
45. Шумейко А. П. Соціально-психологічні аспекти визначення поняття іміджу військовослужбовця ЗСУ. *Теорія і практика сучасної психології*. 2018. С. 228-232. URL: [http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/5\\_2018/46.pdf](http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/5_2018/46.pdf) (дата звернення: 27.09.2024).
46. Ягупов В. В. Військова психологія: методологія, теорія та практика: підручник. Київ : Psyhobook, 2023. 517 с.
47. Golovanova N. About self-sufficient Ukrainians, the psychotype of “genius” and the media space of metamodern. 2019. URL: <https://usarch.org/en/about-self-sufficient-ukrainians-the-psychotype-of-genius-and-the-media-space-of-metamodern/#/>
48. Green B.L., Friedman M.J., De Jong J., et al. Traumatic Stress and Its Consequences. In: Green B.L., Friedman M.J., De Jong J., et al., editors. *Trauma Interventions in War and Peace: Prevention, Practice, and Policy*. New York: Kluwer/Plenum, 2013. С. 17–32. URL: <http://surl.li/fjzwmk> (дата звернення: 25.09.2024).
49. Herbert J.D., Forman E.M. Posttraumatic Stress Disorder // ResearchGate. URL: [https://www.researchgate.net/publication/230745909\\_Posttraumatic\\_Stress\\_Disorder](https://www.researchgate.net/publication/230745909_Posttraumatic_Stress_Disorder) (дата звернення: 25.09.2024).
50. Mental Health and Well-Being of Military Veterans during Military to Civilian Transition: Review and Analysis of the Recent Literature. 2016. 166 p. URL: <https://cimvhr.ca/documents/R2CL-PVVC-Health-and-Wellbieng.pdf> (дата звернення: 25.09.2024).
51. Sakovska V. Psychological characteristics of the impact of war on self-attitude of the personality // The 3rd International scientific and practical conference «Development of modern science, experience and trends», October

11-14, 2022, Boston, USA. International Science Group. 2022. P. 377-383.

URL: <http://surl.li/syojbd> (дата звернення: 25.09.2024).

52. Social and Psychological Risk and Protective Factors for Veteran Well-Being:

The Role of Veteran Identity and Its Implications for Intervention Mil Behav

Health. 2019. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6666406/>

(дата звернення: 25.09.2024).

### Протокол фокус-групи

Тема: «Сприйняття військових у цивільних осіб: погляд через призму сучасних соціальних викликів»

Дата проведення: 10 квітня 2024 року

Час: 15:00 - 16:30

Місце проведення: Кімната для групових дискусій, Національний університет

Форма проведення: Офлайн

Кількість учасників: 8 осіб

Модератор: магістрантка психології

Помічник модератора: науковий консультант

Опис групи респондентів	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Учасники відібрані на основі попереднього анкетування.</li> <li>● Віковий діапазон: 25-45 років.</li> <li>● Соціальний статус: студенти, працівники державних установ, підприємці.</li> <li>● Гендерний склад: 4 чоловіки та 4 жінки.</li> <li>● Жоден із респондентів не є чинним військовим, проте декілька з них мають друзів або родичів, що служать у Збройних силах України.</li> </ul>
Мета фокус-групи	Дослідити психологічний образ військових у цивільних осіб та виявити чинники, які впливають на їхнє сприйняття. Виявити соціальні стереотипи, емоційне ставлення та джерела формування цих образів.

#### Хід фокус-групи:

Вступне слово модератора (10 хвилин):

Модератор вітає учасників, пояснює мету фокус-групи та правила проведення. Усі відповіді є конфіденційними, учасники можуть висловлювати свою думку вільно, жодна відповідь не є правильною чи неправильною. Метою є обговорення різних точок зору на образ військових.

Основні питання для обговорення

<p>1. Яке ваше перше враження, коли ви думаєте про військових?</p>	<p>Учасники починають ділитися своїми емоціями та асоціаціями, які викликає образ військового. Більшість згадали позитивні риси: мужність, відповідальність, захист, проте один учасник зазначив, що іноді виникає почуття дистанції, адже він не має особистого досвіду спілкування з військовими.</p>
<p>2. Як ви думаєте, чи змінилось ваше ставлення до військових після початку війни у 2022 році?</p>	<p>Більшість учасників зазначили, що їхнє ставлення стало більш позитивним через героїзм та стійкість військових, які вони бачать у новинах. Один із респондентів сказав: «Я раніше не надто замислювався про військових, але тепер вони для мене — справжні герої».</p>
<p>3. Як засоби масової інформації впливають на формування вашого ставлення до військових?</p>	<p>Респонденти погоджуються, що ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні їхнього уявлення про військових. Більшість згадали соціальні мережі як ключове джерело новин, а один учасник відзначив: «іноді здається, що соціальні мережі занадто акцентують на негативних подіях, і це формує певний страх або невпевненість».</p>
<p>4. Чи важливий особистий контакт із військовими для формування позитивного ставлення до них?</p>	<p>Тут думки учасників розділилися: одні вважають, що особистий контакт допомагає краще розуміти військових і сприймати їх позитивно, інші зазначили, що для них більш значущими є загальні події, які показують у ЗМІ, ніж особисті зустрічі.</p>

5. Які риси ви найчастіше асоціюєте з військовими?	Учасники називали такі риси, як: мужність, дисципліна, героїзм. Один учасник додав: «Але також я бачу в них виснаження, вони часто виглядають втомленими».
6. Чи має значення для вас, якщо ви дізнаєтесь, що хтось із вашого кола є військовим?	Більшість погодилися, що вони більше поважають тих, хто служить, і що ця інформація може змінити їхнє ставлення до людини.

Заключне слово модератора (10 хвилин):

Модератор підсумовує основні ідеї, дякує учасникам за участь і наголошує на важливості їхніх відповідей для дослідження. Усім учасникам пропонують залишити свої контактні дані для отримання результатів дослідження та подальшого зворотного зв'язку.

Додаток Б  
Приклад аналізів медіа матеріалів

1. Стаття з новинного сайту «Українська Правда»

Назва статті	«Українські військові продовжують оборону Бахмута попри важкі умови»
Дата публікації	25 квітня 2023 року
Короткий опис	Стаття висвітлює події на фронті, де українські військові ведуть оборонні дії під Бахмутом. Військові представлені як герої, які продовжують боротися за незалежність України попри складні умови.

*Витяг з тексту:*

«Українські захисники продовжують утримувати свої позиції поблизу Бахмута, незважаючи на постійні атаки з боку російських військ. Оборонці відзначають, що ситуація важка, але вони налаштовані на перемогу...»

2. Пост у соцмережах (Instagram - акаунт ЗСУ)

Назва статті	«Мужність і героїзм наших військових - ключ до перемоги»
Дата публікації	12 березня 2023 року
Короткий опис	Публікація показує фотографії українських військових на передовій, супроводжується текстом про їхній героїзм та важливість підтримки з боку цивільних.

*Витяг з тексту:*

«Мужність, відвага і патріотизм кожного з наших воїнів - це те, що наближає Україну до перемоги. Підтримка цивільних - це потужна зброя в руках наших героїв!»

3. Новина з сайту BBC News Україна

Назва статті	«Життя після війни: як українські військові повертаються до мирного життя»
Дата публікації	15 травня 2023 року



Короткий опис	У статті розглядається адаптація українських військових до мирного життя після фронту. Образ військового в матеріалі представлений як людина, яка, попри всі труднощі, намагається повернутися до цивільного життя, проте стикається з викликами.
---------------	---

Витяг з тексту:

«Багато українських військових після повернення з фронту стикаються з труднощами інтеграції у мирне життя. Деякі воїни відчувають проблеми з адаптацією, однак підтримка з боку держави та суспільства може полегшити цей процес.»

4. Стаття з новинного сайту NV.ua

Назва статті	«Уроки мужності: як українські військові змінюють підхід до оборони країни»
Дата публікації	20 червня 2023 року
Короткий опис	У матеріалі розповідається про новітні тактики та стратегії українських військових, які покращують оборону країни. Акцент на професійності та стратегічному мисленні військових.

Витяг з тексту:

«Сучасні підходи до ведення війни в Україні не лише підвищують бойову готовність, але й зміцнюють моральний дух військових. Українська армія стає більш професійною та підготовленою до тривалого протистояння...»

5. Пост у соцмережах (Facebook - акаунт Міноборони України)

Назва статті	«Сили оборони України продовжують стояти на захисті кожного українця»
Дата публікації	3 липня 2023 року
Короткий опис	Публікація відзначає успіхи українських військових у захисті держави, надаючи інформацію про конкретні досягнення на фронті. Фотографії військових доповнюють текст із закликом до підтримки.

Витяг з тексту:

«Наші захисники продовжують стояти на передовій, борючись за кожен метр української землі. Їхній героїзм і мужність не знають меж. Ми закликаємо всіх українців підтримати наших воїнів!»

6. Стаття з сайту «Громадське» (Hromadske.ua)

Назва статті	«Військові на передовій: історії боротьби і стійкості»
Дата публікації	10 вересня 2023 року
Короткий опис	Стаття містить інтерв'ю з українськими військовими, які воюють на передовій. Описуються їхні особисті історії, переживання та мотиви продовжувати боротьбу за країну.

Витяг з тексту:

«Кожен день на фронті - це новий виклик, але для нас головне - захистити рідну землю. Наша мотивація - це бажання побачити мирну Україну, яку ми боронимо від ворога щодня, ризикуючи власним життям...»

## Додаток В

**Анкетування «Психологічний образ військового у цивільних осіб»**  
«Ця анкета створена для дослідження сприйняття військових у цивільному суспільстві. Ваші відповіді залишаться анонімними та будуть використані виключно в наукових цілях.»

1. Ваша стать
  - ✓ Чоловік
  - ✓ Жінка
  - ✓ Інше
2. Ваш вік
  - ✓ 18-25
  - ✓ 26-35
  - ✓ 36-45
  - ✓ 46-55
  - ✓ 56 і більше
3. Де ви зараз проживаєте?
  - ✓ Місто
  - ✓ Село
4. Яке ваше основне джерело інформації про військових?
  - ✓ Телебачення
  - ✓ Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok)
  - ✓ Новинні сайти
  - ✓ Особистий контакт з військовими
  - ✓ ЗМІ (газети, журнали)
  - ✓ Розповіді знайомих
  - ✓ Інше
5. Які почуття у вас викликає образ військового?
  - ✓ Повага
  - ✓ Гордість
  - ✓ Страх
  - ✓ Недовіра
  - ✓ Співчуття
  - ✓ Нейтральне ставлення
  - ✓ Інше
6. Чи маєте ви близьких, друзів або родичів серед військових?
  - ✓ Так
  - ✓ Ні
7. Як ви оцінюєте свій рівень довіри до військових як захисників країни?
  - ✓ Повна довіра
  - ✓ Часткова довіра
  - ✓ Немає довіри
8. Як часто ви стикаєтеся з військовими в повсякденному житті?
  - ✓ Дуже часто
  - ✓ Час від часу

- ✓ Рідко
  - ✓ Ніколи
9. Чи змінилось ваше ставлення до військових з початком війни у 2022 році?
- ✓ Так, стало більш позитивним
  - ✓ Так, стало більш негативним
  - ✓ Не змінилось
10. Які з наведених якостей ви найчастіше асоціюєте з військовими?
- ✓ Сміливість
  - ✓ Мужність
  - ✓ Агресивність
  - ✓ Дисциплінованість
  - ✓ Відповідальність
  - ✓ Жорстокість
  - ✓ Інше
11. На вашу думку, як засоби масової інформації впливають на формування образу військових?
- ✓ Дуже позитивно
  - ✓ Позитивно
  - ✓ Нейтрально
  - ✓ Негативно
  - ✓ Дуже негативно
12. Чи вважаєте ви, що особистий контакт з військовими впливає на формування вашого ставлення до них?
- ✓ Так, впливає позитивно
  - ✓ Так, впливає негативно
  - ✓ Не впливає
13. Чи помічали ви, що ваше оточення (родичі, друзі) змінили ставлення до військових за останні роки?
- ✓ Так, змінили на краще
  - ✓ Так, змінили на гірше
  - ✓ Ні, не змінили
14. Які джерела, на вашу думку, мають найбільший вплив на формування образу військових у суспільстві?
- ✓ Соціальні мережі
  - ✓ Телебачення
  - ✓ Особистий досвід
  - ✓ Розповіді знайомих
  - ✓ Інше
15. Що, на вашу думку, може покращити сприйняття військових у цивільному суспільстві?

---

---

---

---