

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г.Шевченка
ННІ психології та соціальної роботи
Кафедра загальної, вікової та соціальної психології імені М.А.Скока

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
освітнього ступеня «магістр»
на тему
**ОБРАЗ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦЯ ЗСУ СЕРЕД ВІЙСЬКОВИХ ТА
ЦИВІЛЬНИХ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ**

Виконала:
студентка 61 групи
053 Психологія
Сігал Юлія Леонідівна

Науковий керівник:
Дроздова Марина Анатоліївна,
канд. психол. наук, доцент

Захищено з оцінкою _____

Голова ЕК _____

Чернігів 2024

Студент(ка)

Підпис

П.І.Б.

Наук. керівник

Підпис

П.І.Б.

Рецензент

Підпис

П.І.Б.

Кваліфікаційна робота розглянута на засіданні кафедри загальної, вікової та соціальної психології, протокол № _____ від «____» _____ 2024 року. Студент(ка) допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри _____

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. <i>Теоретико-методологічний аналіз феноменів образу та соціальних стереотипів</i>	
1.1. Образ, імідж та соціальні стереотипи у соціальному пізнанні	6
1.2. Професійні стереотипи	15
1.3. Образ військовослужбовця	19
22 Висновки до розділу 1	22
Розділ 2. <i>Емпіричне дослідження образу військовослужбовця ЗСУ серед військових і цивільних громадян</i>	
2.1. Методика та процедура дослідження	23
2.2. Отримані результати та їхній аналіз	24
2.3. Практичне впровадження результатів	29
Висновки до розділу 2	32
Висновки	34
Перелік використаних джерел	36
Додатки	40

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах сучасних викликів, зумовлених воєнною загрозою та загрозами національній безпеці, значення Збройних Сил України (ЗСУ) як ключового інституту захисту суверенітету та територіальної цілісності держави стало однією із вихідних суспільних позицій. Таким чином, образ українського військовослужбовця зазнав суттєвих трансформацій і займає особливе місце як у колективній свідомості військових, так і цивільних українців. Вивчати образ військовослужбовця ЗСУ, наявний у свідомості цивільних і військових, актуально з кількох причин. По-перше, підтримка бойового духу та мотивації військових. Образ військовослужбовця у свідомості самих військових є місцем для формування стійкої мотивації до виконання службових обов'язків. Позитивний і героїчний образ сприяє підвищенню самоповаги, дисципліни та готовності до самопожертви заради захисту держави. Вивчення цього образу буде фактором, який мотивує військових, та усунуне можливості психологічних бар'єрів. По-друге, зміцнення довіри та підтримка з боку цивільного населення. ЗСУ є гарантом незалежності та безпеки України, а суспільна підтримка військових є критично важливою для стійкості держави. Вивчення сприйняття образу військовослужбовця серед цивільних дозволяє зрозуміти рівень довіри до армії, а також те, як медіа та соціальні чинники впливають на формування цього образу. Це допоможе будувати ефективні комунікаційні стратегії для підтримки позитивного сприйняття ЗСУ. По-третє, психологічна стійкість суспільства у воєнний час. Війна та загроза національній безпеці вимагають консолідації суспільства. Позитивний і сильний образ захисника України у колективній свідомості забезпечує морально-психологічну стійкість населення, сприяє патріотичному вихованню та зміцнює національну ідентичність. Це важливо як для підтримки тилу, так і для ефективної протидії інформаційним загрозам. По-четверте, формування майбутнього покоління захисників. Образ військовослужбовця впливає на молодь і підростаюче покоління, формуючи їх цінності, ставлення

до військової служби та готовність стати на захист Батьківщини. Вивчення цього образу в освітніх та виховних установах створює ефективні програми патріотичного виховання. По-п'яте, боротьба з дезінформацією та стереотипами. В умовах гібридної війни важливо протидіяти негативним стереотипам і пропаганді, що спрямовані на дискредитацію ЗСУ. Розуміння того, як формується образ військовослужбовця в різних групах населення, дозволяє ефективніше реагувати на інформаційні виклики та забезпечити правдиве висвітлення ролі ЗСУ. По-шосте, покращення соціальної адаптації військових. Дослідження образу військовослужбовців демонструє, як цивільне населення сприймає ветеранів та діючих військових після їх повернення з фронту. Це сприяє створенню програми реабілітації та соціальної інтеграції військовослужбовців у мирне життя.

Таким чином, вивчення образу військовослужбовця ЗСУ є сферою підтримки морального духу, зміцнення національної єдності, ефективної комунікації та протидії інформаційним загрозам. Це дослідження сприяє побудові міцного зв'язку між армією та суспільством, що є запорукою Перемоги та стабільності України.

Об'єктом дослідження є образ військовослужбовця ЗСУ.

Предметом дослідження є змістовні особливості образу військовослужбовця ЗСУ серед військових та цивільних громадян України.

Мета дослідження: вивчити специфіку образу військовослужбовця ЗСУ серед військових та цивільних громадян України.

Згідно з поставленою метою було визначено основні **завдання дослідження:**

1. Здійснити теоретико-методологічний аналіз феноменів «образ», «імідж», «стереотип», «професійний стереотип», проаналізувати наявний у масовій свідомості образ військовослужбовця.

2. Підготувати та провести емпіричне дослідження образу військовослужбовця ЗСУ серед військових і цивільних громадян.

3. Здійснити кількісний та якісний аналіз отриманих результатів.

4. Розробити практичні рекомендації з формування іміджу військовослужбовця ЗСУ.

Теоретико-методологічну основу дослідження склали концептуальні положення Г. Венгера стосовно механізмів формування соціальних стереотипів та групової взаємодії, що пояснює сприйняття військових у масовій свідомості; О. Недвиги щодо психологічної підтримки в особливих умовах, яка допомагає глибше зрозуміти професійний образ військовослужбовця; О. Химович щодо стереотипів, які сприяють інтерпретації ставлення до військових у суспільстві.

Методи дослідження: теоретичні (аналіз, узагальнення, класифікація), емпіричні (суб'єктивне шкалювання) та математико-статистичні (аналіз середніх значень).

Структура роботи зумовлена логікою дослідження і складається зі вступу, двох розділів, висновку, переліку використаних джерел (35 найменувань) та додатків. У першому розділі наведено результати теоретичного аналізу феноменів образу та соціальних стереотипів, професійних стереотипів та досліджень науковців щодо образу військовослужбовця. У другому розділі описані процедура емпіричного дослідження, отримані результати, їхній аналіз та практичні рекомендації. Загальний обсяг роботи складає 41 сторінку.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНІВ ОБРАЗУ ТА СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ

1.1. Образ, імідж та соціальні стереотипи у соціальному пізнанні

Людина мислить і діє, орієнтуючись не на дійсність, а на уявлення про неї, сформоване під впливом соціальних комунікацій. Такі інформаційні структури, як символ, міф, репутація тощо мають велике, іноді вирішальне значення для людини, групи, суспільства в цілому. Найважливішими компонентами цього «псевдосвіту» в сучасних умовах є соціальні стереотипи та образи. Людям психологічно легше характеризувати великі соціальні групи (як соціально, так і національно) недиференційовано, грубо і упереджено, використовуючи стереотипи.

Соціальне пізнання – це процес сприйняття, осмислення й інтерпретації соціальної інформації про інших людей та соціальні групи. Важливу роль у цьому процесі відіграють такі поняття, як образ, імідж та соціальні стереотипи. Вони є своєрідними фільтрами, через які люди сприймають та оцінюють одне одного. Ці елементи впливають на те, як ми формуємо уявлення про індивідів, групи та соціальні явища загалом.

Стереотипи допомагають людині засвоювати, переробляти і запам'ятовувати величезну кількість інформації, отриманої щохвилини. Тому важливою передумовою формування стереотипів є така психологічна якість людини, як потреба справлятися з інформаційним перевантаженням, опрацьовувати та спрощувати її, класифікувати на більш зручні моделі, які й стають стереотипами [14]. Стереотипізація – це сприйняття схематичного образу людини як представника певної соціальної групи на основі суспільного стереотипу [15].

Поняття соціального стереотипу вперше ввів у науковий обіг Волтер Ліппман, який визначив його як «впорядковані, розкольніцькі, детерміновані культурні «картини» світу в людському мозку, які допомагають у процесі

сприйняття складних соціальних подій і захищають людські цінності, гідності та права.

Ліппман вів мову про чотири аспекти стереотипів, пізніше з'явилося багато інших класифікацій, які, однак, багато в чому наслідували ідеї Ліппмана.

1. Стереотипи завжди простіші за реальність.

2. Люди формують стереотипи не на власному досвіді, а набувають їх у соціальному середовищі (від знайомих, ЗМІ тощо), прикладом чого може бути уявлення про ідеальну жінку. Вона повинна бути блондинкою, з блакитними очима, без зайвої ваги, з великими грудьми і довгими ногами. Тільки лялька Барбі точно відповідає цьому ідеалу.

3. Всі стереотипи більш-менш хибні. Кожна людина завжди викликає певне уявлення про себе, яким вона зобов'язана володіти лише тому, що належить до певної групи.

4. Стереотипи дуже стійкі і довговічні. Навіть якщо люди впевнені, що стереотип не відповідає дійсності, вони все одно не відмовляються від нього, а прагнуть довести єдиний виняток із правил. Наприклад, зустріч із високим китайцем лише переконує «жертву» стереотипу, що всі інші китайці невисокі. Стереотип може змінюватися і переноситися на іншу групу людей. Наприклад, американці на початку XX століття називали євреїв «великими носами». Але пізніше з'ясувалося, що не всі євреї мають помітні прикраси на обличчі. Зараз цей епітет стосується арабів [5].

Відповідно до положень У. Ліппмана соціальні стереотипи являють собою основний психічний матеріал, на якому будується суспільна свідомість. На його думку, у мисленні стереотипи відіграють роль простих реакцій на зовнішні подразники – це стійкі, емоційно забарвлені, спрощені моделі об'єктивної дійсності, які викликають у людини почуття симпатії чи антипатії до явища чи людей, які мають відношення до когось. або інший набутий досвід. Психологічною основою стереотипу є установка, яка формується в процесі попередньої практики людей і залежить від накопиченого ними досвіду. Практичність – це готовність сприймати явище чи предмет певним чином, у

певному світлі залежно від попереднього досвіду сприйняття [2].

Сьогодні під стереотипом (від дав.-гр. *στερεός* – твердий, об'ємний і дав.-гр. *τύπος* – «відбиток») розуміють усталений шаблон мислення, забобон, який як правило, не має безпосереднього відношення до реальності. Стереотипізація – процес формування враження про людину на основі стереотипів; соціальні об'єкти або форми спілкування надаються персонажам або персонажам, надаючи їм характери для прискорення або полегшення міжособистісного спілкування [21].

Визначають кілька типів стереотипів. Зокрема, є три види стереотипів, згідно з якими визначають людину: антропологічні, соціальні, емоційно-естетичні. За А. Реаном є шість груп соціально-перцептивних стереотипів.

1. Стереотипи, пов'язані з національною та етнічною приналежністю. Це стереотипи, які відображають узагальнені уявлення про певні національні чи етнічні групи. Приклад: «Італійці – емоційні», «Німці – пунктуальні», «Французи – романтичні».

2. Стереотипи, пов'язані з професійною діяльністю. Уявлення про людей певних професій або сфер зайнятості. Приклад: «Поліцейські – авторитарні», «Художники – творчі та неорганізовані», «Бухгалтери – скрупульозні».

3. Стереотипи статево-рольової поведінки (гендерні стереотипи). Узагальнені погляди на чоловіків та жінок, їхні ролі та якості. Приклад: «Чоловіки – раціональні», «Жінки – емоційні», «Чоловіки краще керують».

4. Стереотипи, пов'язані з віковими характеристиками. Стереотипне сприйняття людей різного віку. Приклад: «Діти – несерйозні», «Люди похилого віку – консервативні».

5. Соціально-економічні стереотипи. Стереотипи, що ґрунтуються на соціальному статусі чи матеріальному становищі. Приклад: «Багаті люди – пихаті», «Бідні – ліниві», «Бізнесмени – прагматичні».

6. Стереотипи, пов'язані з належністю до певних соціальних груп чи субкультур. Узагальнення щодо різних соціальних угруповань, субкультур або

соціальних прошарків. Приклад: «Панки – бунтівники», «Інтелігенція – відсторонена від реальності», «Студенти – безвідповідальні» [21].

Чому важливо розуміти соціально-перцептивні стереотипи? Найперше, попередження упереджень, адже усвідомлення стереотипів допомагає уникати необ'єктивних суджень.

Розвиток критичного мислення дозволяє аналізувати, наскільки наші уявлення відповідають дійсності.

Покращення комунікації зменшує ризик непорозумінь у спілкуванні між різними групами людей.

Будь-яке суспільство, колектив, група, індивід починає відчувати свою ідентичність, лише розрізняючи свої відмінності та застосовуючи їх у способі поведінки по відношенню до чужих. Такі відмінності є межею, де закінчується Я чи Ми і починається інший зовнішній світ – Вони. Спілкуючись, людина змушена завбачливо не переходити межі, що дозволяє йому бачити в людях лише те, що важливо для збереження прихильності. Соціологи заявляють, що нормальна, ідеальна людина – це завжди більше, ніж бажане, я, можливе – образ людини, яка могла б бути звільнена від стереотипних суджень [14].

Стереотипи мають об'єктивну природу і являють собою невід'ємну властивість людської психіки узагальнювати. Дійсно, якби людина не володіла даром стереотипізації, узагальнення, спрощення і схематизації навколишньої дійсності, вона не змогла б швидко орієнтуватися в безперервно зростаючому потоці інформації, яка постійно ускладнюється і все більше диференціюється. Така можливість забезпечується здатністю мозку людини виробляти узагальнені уявлення про явища, факти тощо, які формуються на основі попередніх знань людини, а також нової інформації, що до неї надходить. Для того, щоб стати зрозумілими і доступними для переважної більшості або окремо відокремленої частини суспільства, стереотипи повинні абстрагуватися від деталей, доступних лише фахівцям, і передавати суть події, явище одним словом, реченням, картиною, зрозумілою всім або більшості [21].

Стереотип, як і будь-яке психічне утворення, поєднує дві взаємодіючі

основи – знання і установку, з яких одна або інша може стати домінуючою. Водночас для соціального стереотипу установка, тобто емоційно забарвлене оціночне утворення, яке водночас пов'язане з волею і мисленням людини і прокладає місток до знань як раціонального елементу стереотипу, набуває першочергового значення [18].

Ступінь істинності оцінок або суджень, які індивід дає на основі стереотипів, прямо пропорційний глибині його знань у тій сфері життя, в якій вони формуються. Тут дуже важливо, який зміст прихований за стереотипом, наскільки глибоко він фіксує істотні зв'язки явищ, типові риси, характерні для подій або цих явищ. Якщо зв'язки, на яких акцентується увага, або акцентовані риси несуттєві і поверхневі, то сформований стереотип (образ) далекий від життя. Це хибний стереотип, псевдостереотип (псевдообраз) [22].

Стереотипи важливі для оцінки людиною суспільно-політичних явищ і процесів, але вони відіграють подвійну роль, як позитивну, так і негативну. З одного боку, стереотипи досить «економні» для свідомості та поведінки людини, оскільки сприяють значному «скороченню» процесу пізнання та розуміння всього, що відбувається у світі та навколо людини, а також швидкому прийняттю необхідних рішень. Не сприяючи точності та аналітичності пізнання, вони прискорюють можливості поведінкової реакції, заснованої переважно на емоційному сприйнятті або неприйнятті інформації, її «попаданні» або «не потраплянні» в жорсткі, але певні рамки. Тому в повсякденному житті люди часто поводяться шаблонно, за усталеними стереотипами. У цьому випадку стереотипи допомагають швидше зорієнтуватися в тих життєвих обставинах, які не вимагають особливих розумових аналітичних зусиль і не вимагають особливо відповідального індивідуального рішення [33].

З іншого боку, спрощуючи процес соціального пізнання, стереотипи призводять до формування досить примітивної суспільної свідомості, для якої мають вагу всілякі упередження, що часто зводить поведінку людини до набору простих, частково неадекватних автоматичних емоційних реакцій. У цьому

сенсі стереотипи можна розуміти як звичку, що вимагає не індивідуально відповідального рішення, а лише дотримання загальних правил поведінки інших людей або «свого» соціального шару. Такі стандарти автоматичного реагування (поведінки) відіграють негативну роль у ситуаціях, коли складний суспільно-політичний вибір вимагає повної та об'єктивної інформації, її аналітичної оцінки та самостійного прийняття рішень. Завдяки цьому стереотипи часто можуть закріплювати негативні риси в масовій свідомості у відтворенні суспільних відносин, сприяючи виникненню та закріпленню упереджень, несприйняттю нового тощо [16].

Отже, стереотип, і на цьому наголошує У. Ліппман, ґрунтується на певних об'єктивних закономірностях функціонування людської психіки. Справа лише в тому, для яких цілей використовуються ці шаблони. Наголошуючи на ролі стереотипів у впливі на громадську думку, Ліппман, зокрема, зазначав, що читач отримує не просто новину, а новину з елементом навіювання, що підказує, як її слід сприймати. Він чує повідомлення, але не такі об'єктивні, як факти, а стереотипні відповідно до певного способу поведінки, тому що перед тим, як потрапити до читача, кожна газетна стаття проходить обробку, мета якої – вибрати, що друкувати, визначити, в якому місці, місце, який обсяг виділити для повідомлення і на чому акцентувати увагу [14].

Стереотипи, імідж і образ – це поняття, які часто використовують у психології, соціології, комунікаціях та інших галузях для опису сприйняття індивідів або груп у суспільстві. Детально розберемо їхню специфіку, функції та типи.

Стереотип – це спрощене, часто узагальнене уявлення про певну групу людей, явищ або подій. Вони можуть бути позитивними чи негативними та базуватися на культурних традиціях, історичних подіях чи особистому досвіді.

Специфіка стереотипів: спрощення реальності (стереотипи зводять складні явища до простих формулювань); стійкість (важко піддаються зміні, навіть коли накопичуються додаткові факти); емоційне забарвлення (часто викликають емоційні реакції); групове походження (наявність у межах певної

соціальної групи або культури) [33].

Функції стереотипів: когнітивна функція (допомагають спрощувати та систематизувати інформацію про навколишній світ); ідентифікаційна функція (дозволяють людині визначити себе як частину певної групи); оцінювальна функція (дають можливість швидко оцінювати інших людей або ситуацію); захисна функція (захищають від невизначеності або невідомого).

Типи стереотипів: етнічні/національні (наприклад, «німці – педантичні»); гендерні (наприклад, «жінки – емоційні, чоловіки – раціональні»); професійні (наприклад, «вчителі – суворі»); вікові (наприклад, «підлітки – бунтівні»); соціальні (наприклад, «багаті – пихаті») [2].

У процесі соціального пізнання ми часто стикаємося з величезним обсягом інформації, яку необхідно швидко обробити. Тут на допомогу приходять соціальні стереотипи – спрощені та узагальнені уявлення про певні соціальні групи чи явища. Вони дозволяють швидко класифікувати інформацію, але водночас можуть викривляти реальність та призводити до упереджень. Наприклад, стереотип «всі студенти ліниві» може впливати на те, як викладач оцінює поведінку конкретного студента, навіть якщо той докладає значних зусиль для навчання. Стереотипи можуть стати бар'єром для об'єктивного сприйняття та сприяти соціальній несправедливості [33].

Тепер визначимо особливості образу. Образ – це свідоме, словесне або символічне представлення чогось або когось у мистецтві, культурі чи повсякденному житті.

Специфіка образу: метафоричність (часто несе символічне значення); універсальність (образи є в усіх формах мистецтва й комунікації); емоційність (здатність викликати глибокі емоційні реакції).

Функції образу: естетична (забезпечує художню цінність); семіотична (передає інформацію через символи); пізнавальна (допомагає розуміти світ через метафори та аналогії).

Типи образів: художній образ (у літературі, музиці, живописі); медіаобраз (створений продукт масової інформації); архетипний образ (глибокі символічні

образи, що повторилися в культурі – наприклад, герой, мудрець, злодій).

Образ – це узагальнене уявлення про особу, групу чи явище, яке складається в результаті соціального пізнання. Він формується на основі інформації, отриманої через спостереження, комунікацію, а також культурні та соціальні чинники. Образи можуть бути точними або викривленими, але вони є основою для нашого подальшого сприйняття [15]. Наприклад, спостерігаючи за вчителем у школі, учні формують певний образ: «Вчитель — це людина, яка знає все і завжди має рацію». Цей образ може впливати на їхню взаємодію з учителем та ставлення до навчання.

Далі перейдемо до іміджу. Імідж – це сформоване враження про особу, організацію або продукт, яке може бути створене свідомо або підсвідомо.

Специфікація іміджу: суб'єктивність (формується в уявленні інших людей); динамічність (може змінюватися залежно від конкретної ситуації); маніпулятивність (може бути свідомо створений для досягнення конкретних цілей).

Функції іміджу: комунікативна функція (ефективно передає бажані враження); рекламна функція (створює позитивні сприйняття для залучення уваги); статусна функція (підкреслює соціальний статус або професійну компетенцію).

Типи іміджу: особистий імідж (враження про індивіда); корпоративний імідж (враження про організацію чи бренд); політичний імідж (враження про політику або партію); соціальний імідж (сприйняття групи людей у суспільстві) [27].

На відміну від образу, який часто формується стихійно, імідж є результатом свідомого створення певного враження. Імідж формується за допомогою вербальних і невербальних засобів комунікації, стилю одягу, манери поведінки та інших символічних характеристик. Імідж може бути особистим (наприклад, імідж політика чи підприємця) або корпоративним (наприклад, імідж компанії). Люди та організації часто намагаються контролювати свій імідж для досягнення конкретних цілей: привернення уваги,

створення довіри чи підвищення авторитету. Наприклад, політик може створювати імідж «народного лідера», регулярно спілкуючись із громадянами та демонструючи увагу до їхніх проблем. Цей імідж може впливати на сприйняття його виборцями [25].

Як бачимо, ці поняття – стереотип, образ та імідж мають і спільні риси, і відмінності. А ще вони взаємопов'язані. Розглянемо взаємозв'язок стереотипів, іміджу та образу. Стереотипи впливають на сприйняття іміджу певної особи чи групи. Образи можуть підкріплювати або руйнувати стереотипи. Імідж часто будується на основі конкретних образів для досягнення позитивного враження.

1. Формування образу часто базується на стереотипах. Коли ми вперше зустрічаємо людину, ми можемо підсвідомо застосовувати стереотипи для швидкого створення образу цієї особи.

2. Імідж може або руйнувати, або підкріплювати стереотипи. Якщо людина свідомо формує певний імідж, вона може намагатися спростувати негативні стереотипи або, навпаки, використовувати позитивні стереотипи собі на користь.

3. Соціальні стереотипи впливають на сприйняття як образів, так і іміджів. Якщо стереотипи дуже стійкі, вони можуть заважати сприймати нову інформацію, навіть якщо вона суперечить усталеним уявленням. Наприклад, жінка на керівній посаді може намагатися створити імідж компетентного та авторитетного лідера, але стереотипи про «жіночу емоційність» можуть заважати об'єктивному сприйняттю її професійних якостей [27].

Образ, імідж та соціальні стереотипи є невіддільними складовими соціального пізнання. Вони допомагають нам орієнтуватися у світі соціальних взаємин, але водночас можуть призводити до викривлень та упереджень. Для ефективного соціального спілкування важливо усвідомлювати ці механізми та намагатися аналізувати їхній вплив на наше сприйняття інших людей. Критичне мислення та емпатія є ключовими інструментами для подолання стереотипів і формування більш об'єктивного та справедливого сприйняття соціальної реальності.

1.2. Професійні стереотипи

У виборі професійної діяльності людина спирається на свої інтереси, мотиви, цінності, здібності та можливості. Ці чинники, з точки зору особистості, суттєво впливають на формування професійної спрямованості та професійного самовизначення. Проте слід зазначити, що на вибір професії впливають не лише індивідуальні мотиваційно-важливі аспекти, а й уявлення про певні види професійної діяльності та їх представників [4].

Стереотипи професійної діяльності – це один із видів соціальних стереотипів, стійкі соціальні образи та особисті уявлення про особистісні якості та поведінку людей певної професії [19]. Хоча на даний момент немає однозначного визначення поняття «професійний стереотип», ряд науковців пропонують своє бачення змісту цього визначення. Тому цей феномен визначається як психосоціальний феномен, який поєднує професійну соціальну реальність з її особистим і груповим сприйняттям, який за своєю природою є оціночним по відношенню до професійної групи осіб. Тому можна сказати, що професійний стереотип – це система простих уявлень, накреслених навколо класичного представника певного професійного співтовариства, в основі яких лежить емоційно-оцінна частина [5].

Професійні стереотипи – це узагальнені уявлення про представників певних професій, які формуються в суспільній свідомості. Вони часто спрощують складні реалії професійної діяльності та дають певні характеристики людям на основі їхньої роботи. Ці стереотипи можуть бути як позитивними, так і негативними, і вони впливають на сприйняття фахівців, їхній соціальний статус та навіть на кар'єрні перспективи.

Причини виникнення професійних стереотипів.

Історичні та культурні традиції. Стереотипи часто базуються на історичних уявленнях про певні професії. Так, лікарі завжди асоціюються з надійністю та самопожертвою, а вчителі – з мудрістю та терплячістю.

Медіа та популярна культура. Книги, фільми та телебачення формують

типові образи фахівців, які закарбовуються в масовій свідомості. Наприклад, детективи часто зображуються як суворі та інтуїтивні, а юристи – як амбітні та безпринципні.

Особистий досвід. Досвід взаємодії з представниками різних професійних особливостей на формування стереотипів. Якщо ми зустрічаємося з лікарем, який діє професійно, це може зміцнити позитивний стереотип. Натомість негативного досвіду може підсилити упередження.

Соціальний контекст. У певні періоди суспільного розвитку деякі професії набувають особливої популярності чи навпаки знецінюються. Це відображається у формуванні відповідних стереотипів [2].

Наведемо приклади професійних стереотипів.

Вчителі – суворі та вимогливі. Стереотип базується на сприйнятті вчителя як авторитетної фігури, яка контролює поведінку учнів. Насправді сучасні педагоги часто прагнуть до партнерської взаємодії та розвитку критичного мислення в учнів.

Лікарі – всезнаючі та не роблять помилок. Поширена думка, що лікарі завжди мають відповідь на будь-яке питання. Проте медична практика складна й непередбачувана, а лікарі теж люди, які можуть помилятися.

Поліцейські – жорстокі та авторитарні. Цей стереотип підживлюється медіа та історичними випадками зловживання владою. Однак останні правоохоронці дотримуються закону й орієнтовані на захист громадян.

Науковці – «відірвані від реальності». Поширене уявлення, що вчені занурені у свої дослідження й не розуміють щоденних проблем. Насправді багато науковців активно працює над практичними завданнями для покращення життя суспільства [4].

Юристи – амбітні та безпринципні. Часто вважають, що юристи готові піти на все заради перемоги в справі. Але більшість юристів дотримуються етичних стандартів і захищають права своїх клієнтів у межах закону.

Функції професійних стереотипів.

Спрощення сприйняття. Професійні стереотипи дозволяють швидко

класифікувати людей за родом їхньої діяльності, що спрощує соціальну взаємодію.

Соціальна ідентифікація. Люди часто обирають стереотипи для ідентифікації зі своєю професійною групою або для відмежування від іншої групи.

Очікування поведінки. Стереотипи створюють певні очікування щодо поведінки представників різних професій. Так, від лікаря очікують співчуття та професіоналізму, від вчителя – терпіння та педагогічну майстерність.

Негативний вплив професійних стереотипів.

Обмеження особистісного розвитку. Люди можуть відчувати тиск відповідати стереотипам, що обмежує їхню індивідуальність та розвиток. Наприклад, чоловік-психолог може стикатися зі стереотипом, що психологія – це «жіноча» професія.

Дискримінація та підвищення. Професійні стереотипи можуть призвести до несправедливих оцінок або навіть дискримінації. Наприклад, стереотипи про «жіночі» та «чоловічі» професії часто обмежують кар'єрні можливості.

Підрив довіри. Якщо стереотипи не відповідають реальності, це може призвести до зниження довіри до представників певної професії. Так, негативні стереотипи про поліцейських можуть зменшити авторитет правоохоронців.

Таблиця 1.1

Види та чинники формування професійних стереотипів

Вид стереотипу	Опис	Чинники формування
Позитивні стереотипи	Приписують професіям позитивні якості	Культурні традиції, медіа, соціальні установки
Негативні стереотипи	Асоціюють професії з негативними рисами	Особистий досвід, медіа, соціально-економічний статус
Гендерні стереотипи	Визначають, які професії підходять чоловікам або жінкам	Культурні традиції, гендерні ролі
Соціальні стереотипи	Оцінюють професії за своїм престижем або статусом	Соціальні установки, соціально-економічний статус
Вікові стереотипи	Вказують на зв'язок професій з певними віковими групами	Соціальні установки, культурні традиції

Джерело: складено на основі [4].

Професійний стереотип дуже мінливий, оскільки, з'являючись в умовах обмеженої інформації про об'єкт, він може бути хибним і виконувати консервативну функцію, спотворюючи знання людей про певний тип професії та людей, які в ній працюють і таким чином спотворюють міжособистісні стосунки [17].

Для більш детального аналізу професійних стереотипів виділено основні групи упереджень щодо професій за характером змісту: вік; особистісні характеристики; упередження щодо форм і установок представницької професії; упередження щодо гідності професії; стереотипи щодо оплати праці; тип професії [18]. Зважаючи на це, можна стверджувати, що, обираючи професію, людина керується як мотиваційними та ціннісними орієнтаціями, так і стереотипами, що склалися в суспільстві щодо певної професії.

Експериментально доведено, що більшість людей час від часу діють відповідно до наступних п'яти настанов: «Будь кращим!», «Будь зручним», «Намагайся», «Роби інших щасливими!» «Поспішайте!». Але є кілька сценаріїв поведінки, яким людина віддає перевагу, що визначає її особливий характер і унікальність. Ці рушії з'являються як спроба людини уникнути емоцій, яких їй не вистачає, і неприємних емоцій. Таким чином, рушій «робити інших щасливими» трактується як приховане прохання про любов і беззастережне прийняття та втечу від почуттів відторгнення та самотності; «Бути найкращим» як дія, яка спрямована на пошану та визнання та переживається шляхом уникнення сорому за помилки; «Комфорт» як турбота про власну безпеку та безпеку близьких, уникнення панування над своїми пристрастями та відчуття вразливості та залежності від інших; «З поспіхом», як тут і зараз, отримуючи задоволення і блага; «Спроба» як нагорода за виконання складних завдань. Тому люди з домінуючою лінійкою «ощасливлій інших» схильні вибирати професію в міністерстві і в творчих колах; «Будь кращим» – у соціальній сфері; «Комфорт» – з турботою про безпеку суспільства; «Поспішай» – з фруктами швидко; «Спробуйте» – з креативом і креативом [18].

Вибір людиною професійної діяльності визначається підсвідомими

емоціями та відчуттями, пов'язаними сценаріями, якими вона керується, а також її усвідомленими інтересами, мотивами та цінностями. Однак якщо рушії місії та ціннісні орієнтації людини сприяють задоволенню свідомих і неусвідомлених потреб і реалізації своїх цінностей в обраній професії, то професійні стереотипи часто можуть створювати цьому обмеження, оскільки вони не відображають справжніх інтересів людини, а змушують її діяти відповідно до соціальних очікувань [15].

Як подолати негативні професійні стереотипи: критичне мислення – аналізуйте стереотипи й перевіряйте їхню обґрунтованість на основі фактів; особистий досвід – спілкуйтеся з представниками різних професій, щоб сформувати власне уявлення; підвищення обізнаності – просвітницькі кампанії можуть допомогти розвінчати міфи про певні професії; повага до індивідуальності – оцінюйте людей за своїми особистими якостями, а не за професійними ярликами.

Отже, професійні стереотипи – це спрощення, які можуть полегшити соціальну взаємодію, але водночас завдають шкоди, якщо їх застосовують бездумно. Подолання стереотипного мислення допоможе будувати більш справедливе та відкрите суспільство, де кожен має можливість реалізувати свій потенціал незалежно від професійної сфери.

1.3. Образ військовослужбовця

Образ військовослужбовця є складним соціально-психологічним фактором, який формується під впливом історичних подій, культурних традицій, медіа, особистого досвіду та соціальних стереотипів. Соціологічні та психологічні дослідження показують, що сприйняття військовослужбовців різними категоріями населення значно варіюється залежно від віку, статі, професії, рівня освіти та інших факторів.

Як свідчать результати соціологічних і психологічних досліджен, значна

частина населення має позитивний образ військовослужбовця як людини, що є взірцем мужності, дисциплінованості та патріотизму. Особливо цей образ поширений серед старшого покоління та людей, які зазвичай пов'язані з військовою службою або мають батьків військових. Ключові характеристики: патріотизм, відповідальність, мужність, Захисник Батьківщини, самовідданість [20].

За даними соціологічних опитувань, проведених Інститутом соціології НАН України, понад 70% респондентів вважають, що військовослужбовці є гарантами безпеки держави. Особливо цей показник зріс після початку повномасштабного вторгнення у 2022 році [9].

Негативний образ військовослужбовця. Однак, незважаючи на загальний позитивний образ, у певних категорій населення можуть бути негативні стереотипи. Це найчастіше деякий відсоток молоді, яка іноді сприймає військову службу як примусову або застарілу форму соціальної діяльності. Ключові характеристики: агресивність, авторитарність, схильність до насильства. За дослідженнями Центру Разумкова близько 15% опитаних молодих людей віком від 18 до 25 років вважають військовослужбовців надто жорсткими або агресивними [10].

Гендерні особливості сприйняття. Чоловіки та жінки сприймають образ військовослужбовця по-різному. Чоловіки частіше ототожнюють військову службу з честю, дисципліною та кар'єрними обставинами, тоді як жінки акцентують увагу на захисті та самопожертві. Цікаві факти: 80% чоловіків вважають військову службу обов'язком кожного громадянина; 65% жінок підкреслюють важливість ролі військовослужбовців у збереженні світу та безпеки.

Соціально-економічні чинники. Рівень довіри до військовослужбовців залежить від соціально-економічного статусу. Люди з вищим рівнем освіти та доходу частіше сприймають військову службу як професію, що вимагає високої кваліфікації та відданості.

Дані дослідження: 75% людей з вищою освітою вважають військову

службу престижною професією. У сільській місцевості військова служба сприймається як спосіб соціального підвищення та стабільності [34].

Засоби масової інформації суттєво впливають на сприйняття військовослужбовців. Засоби масової інформації справляють сильний вплив на всі сфери суспільного життя, особливо на політичну. Суспільне сприйняття часто залежить від того, як ЗМІ висвітлюють ту чи іншу тему. Звітувати про діяльність Збройних Сил України надзвичайно важливо, оскільки від висвітлення цього питання в медіапросторі залежить суспільне сприйняття іміджу української армії. Позитивне висвітлення під час військових конфліктів або операцій посилює образ захисника, тоді як негативні репортажі про дисциплінарні порушення чи конфлікти знижують рівень довіри.

Таблиця 1.2

Образ військовослужбовця серед різних категорій населення

Категорія населення	Позитивні риси утворюють	Негативні риси утворюють
Старше покоління	Патріотизм, честь, самовідданість	Консерватизм
Молодь (18-25 років)	Сила, дисципліна	Агресивність, примусовість
Чоловіки	Обов'язок, кар'єра, мужність	Жорсткість
Жінки	Захист, гуманізм	Ризик для життя
Люди з вищою освітою	Професіоналізм, престижність	Бюрократизм
Мешканці сільської місцевості	Стабільність, соціальна мобільність	Обмеження свободи

Джерело: складено на основі [9; 10].

Таким чином, образ військовослужбовця формується під впливом різних соціальних, психологічних та культурних чинників. Переважна світова дослідження демонструє позитивне сприйняття військових як захисників держави та взірців дисциплінованості та мужності. Проте є певні негативні стереотипи, які можуть бути подолані завдяки просвітницьким кампаніям, підвищенню прозорості у військових службах та особистим позитивним контактам із військовослужбовцями. Підтримка військовослужбовців, розуміння їхньої важливої ролі в сучасному суспільстві та позитивне сприйняття героїчного образу військовослужбовця ЗСУ сприяє зміцненню

національної єдності та безпеки.

Висновки до розділу I

Образ є складним і багатограним феноменом, який формується в індивідуальній і колективній свідомості. Він показує сприйняття реальності, взаємодію між суб'єктивним та об'єктивним досвідом та має динамічний характер. Соціальні стереотипи – це спрощені й узагальнені уявлення про певні соціальні групи чи явища. Вони виконують як когнітивну функцію (полегшують обробку інформації), так і соціальну функцію (забезпечують інтеграцію та стабільність у суспільстві). Стереотипи формуються внаслідок соціалізації, культурного впливу, медіа та особистого досвіду. Вони є результатом процесів категоризації, узагальнення та спрощення інформації.

Стереотипи впливають на сприйняття і поведінку людей, можуть спричиняти як позитивні, так і негативні соціальні почуття, зокрема дискримінацію та упередження. Дослідження образів та соціальних стереотипів створюються через міждисциплінарні підходи, що включають методи психології, соціології, культурології та комунікативістики. Використовуються як кількісні (анкети, тести), так і якісні (інтерв'ю, дискурс-аналіз) методи дослідження. В умовах глобалізації та цифровізації змінюється характер образів та соціальних стереотипів. Вони стають більш динамічними, взаємозалежними, але водночас можуть бути більш стійкими через інформаційні бульбашки та медіа-вплив.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦЯ ЗСУ СЕРЕД ВІЙСЬКОВИХ І ЦИВІЛЬНИХ ГРОМАДЯН

2.1. Методика та процедура дослідження

З метою вивчення образу військовослужбовців у свідомості вітчизняних громадян нами було організовано та проведено відповідне емпіричне дослідження. У дослідженні взяло участь 110 осіб. Вибірка була розподілена на 2 групи – цивільні громадяни (53 особи – 48,2%), та військовослужбовці ЗСУ (57 осіб – 51,8% від загальної вибірки). У групі військовослужбовців опитано 9 жінок (15,8%) та 48 чоловіків (84,2%), віком від 20 до 51 року, тоді як у групі цивільних респондентами виступили 22 жінки (41,5%) та 31 чоловік (48,5%), віком від 18 до 49 років. Середній вік опитаних в обох групах становив 36 років.

Для опитування використовувався авторський варіант особистісного диференціалу. Методика включала 15 біполярних оцінкових шкал, що описують особистісні характеристики (інтелектуально-ділові, емоційно-вольові, морально-етичні) типового військовослужбовця ЗСУ (див. додаток 1). Дослідження проводилося онлайн за допомогою анонімного опитування в Google Forms, протягом листопада 2024 року.

Опитуваним була дана інструкція: за 5-бальною шкалою оцініть вираженість запропонованих рис у військовослужбовця ЗСУ, де 1 – повністю згоден з лівою характеристикою, 5 – повністю згоден з правою характеристикою, 3 – щось середнє, 2 і 4 – більше згоден з лівою або правою характеристикою.

За отриманими даними було здійснено первинну математико-статистичну обробку результатів (підрахунок середніх статистичних значень по кожній шкалі у кожній досліджуваній групі).

2.2. Отримані результати та їхній аналіз

Проаналізуємо отримані результати за проведеним дослідженням (див. табл. 2.1.).

Таблиця 2.1

Середні показники складових образу військовослужбовця

Характеристики	Середні значення у військових	Середні значення у цивільних	Характеристики
Старий	3,4	3,7	Молодий
Хворий	3,7	3,8	Здоровий
Нерозумний	4,1	4	Розумний
Має погану військову підготовку	4,2	4,1	Має гарну військову підготовку
Злий	3,9	3,7	Добрий
Несміливий	4,3	4,6	Сміливий
Слабкий	4	4,1	Сильний
Нерішучий	4,1	4,3	Рішучий
Пасивний	4,1	3,4	Ініціативний
Егоїстичний	4,1	3,7	Альтруїстичний
Безвідповідальний	4,2	4,1	Відповідальний
Недисциплінований	4,1	4,1	Дисциплінований
Не викликає довіри	4,5	4,2	Викликає довіру
Нечесний	4,3	4	Чесний
Байдужий до своєї країни	4,7	4,5	Патріот

Образ військовослужбовця ЗСУ серед військових

Згідно з результатами проведеного опитування, військові уявляють типового військовослужбовця як людину середнього віку, яка викликає у них абсолютну довіру та є яскраво вираженим патріотом. Він видається досить здоровим, розумним, з достатньо гарною військовою підготовкою. Йому, на думку опитаних, властиві достатня сміливість, рішучість, сила. Крім того, типовий військовослужбовець уявляється досить ініціативним, дисциплінованим, відповідальним. У нього достатньо виражені такі морально-етичні якості як альтруїзм, чесність і доброта.

Варто зазначити, що військовослужбовець ЗСУ уявляється військовими як людина середнього віку. Справді, дані, які публікуються у ЗМІ, підтверджують, що більшість військових є людьми середнього віку. Такий образ часто закріплюється в суспільній свідомості, адже він відображає реальний стан справ і домінуючу вікову групу в армії. Тож ця характеристика є досить об'єктивним уявленням про військовослужбовця ЗСУ.

Такі характеристики типового військовослужбовця, як рівень довіри та патріотизм, оцінені військовими максимально високо. На нашу думку, це є закономірним, адже високий рівень довіри в колективі військовослужбовців є необхідним для ефективного виконання професійних завдань та формування сприятливого психологічного клімату. Також військові часто яскраво демонструють патріотизм у поведінці, стаючи на захист нашої країни в такі важкі часи супротиву ворогу, що дає підстави вважати таку оцінку рис доволі об'єктивною та закономірною.

Досить виражені альтруїзм, чесність і доброта, мабуть, свідчать про те, що військові сприймають свою роль як не лише виконання службових обов'язків, але й як необхідність підтримки певного морального стандарту. Можливо, це частково відображає ідеалізацію професії та відповідає певним стереотипам, що могли бути сформовані під впливом кінематографу, де військові зображуються виключно як герої, захисники та рятівники. Оцінка цих рис може підкреслювати прагнення військових відповідати цим високим етичним нормам. Важливість таких характеристик також може бути пов'язана з тим, що вони сприяють формуванню довіри та підтримки в колективі, хоча ці риси уявляються вираженими не на найвищому рівні.

Оцінка дисциплінованості, відповідальності та гарної військової підготовки як досить виражених рис типового військовослужбовця може бути пов'язана зі стереотипним сприйняттям професії військового. Це уявлення формують соціокультурні фактори, такі як патріотичні ідеали, популяризація військової служби через медіа, а також історичний досвід, який підкреслює роль армії як захисника державності. Водночас це може бути нав'язно

практичним досвідом, адже ці якості є важливими для ефективного виконання завдань і чіткої організації в армії.

Стереотипними також можуть бути уявлення про військовослужбовця як досить сильного, рішучого та здорового. Очевидно, що кожна з цих якостей буде виражена в кожній людині по-різному залежно від інших індивідуально-типологічних властивостей особистості та різних супутніх факторів. У той же час стереотипи можуть спрощувати сприйняття військових, не враховуючи індивідуальних особливостей або труднощів, з якими вони стикаються в професійному і особистому житті. У даному випадку маємо справу з ідеалізацією типового військовослужбовця.

Узагальнюючи, можемо дійти висновку, що образ військовослужбовця ЗСУ у свідомості військових є водночас відображенням практичного досвіду і результатом впливу суспільних стереотипів.

Образ військовослужбовця у сприйнятті цивільних

За результатами опитування, цивільні громадяни уявляють типового військовослужбовця як досить молоду та здорову людину, що відзначається достатньо розвиненими розумовими здібностями та досить гарною військовою підготовкою. Йому приписують достатню рішучість, силу, відповідальність, дисциплінованість, однак посередній рівень ініціативності. В уявленнях цивільних громадян типовий військовий характеризується також достатньо вираженими морально-етичними рисами: добротою, чесністю, альтруїзмом. Його оцінюють, як людину, що загалом викликає довіру у інших. Крім того, типовий військовослужбовець ЗСУ постає яскраво вираженою сміливою та патріотично налаштованою особистістю.

Цивільні уявляють військових як людей із посередньо вираженою ініціативністю. Ймовірно, таке сприйняття ґрунтується на усвідомленні того, що армія функціонує за суворими статутними правилами, де кожен крок регулюється інструкціями, і надмірна ініціативність може бути небажаною. Досліджувані можуть вважати, що ініціативність у військовій службі не завжди

є ключовою рисою, оскільки основним завданням є чітке виконання наказів.

Ідеалізація образу військовослужбовця цивільними громадянами проявляється також у приписуванні яскраво виражених рис патріотизму та сміливості. Ці якості суспільство очікує від людей, готових ризикувати своїм життям заради захисту інших. Однак варто зазначити, що такі уявлення не завжди є об'єктивними. Наприклад, боятися загибелі – це нормальна реакція будь-якої людини, навіть військового, і не всі військовослужбовці є абсолютними патріотами, особливо якщо їхня служба була зумовлена зовнішніми обставинами, а не добровільним рішенням. Таке ідеалізоване уявлення може виникати через суспільну потребу створювати героїчні образи, особливо в умовах війни чи кризових ситуацій. Це допомагає підтримувати моральний дух і віру в захисників країни.

Стереотипними є уявлення цивільних про типового військовослужбовця ЗСУ як досить сильного, рішучого та здорового. Це уявлення може пояснюватися традиційними асоціаціями професії військового з фізичною витривалістю та моральною стійкістю. Такі риси часто популяризуються через медіа, кінематограф і історії героїзму, які підкреслюють значення фізичної сили та психологічної стійкості для виконання бойових завдань.

Такі риси як альтруїзм, доброта та чесність також є певною ідеалізацією військових серед цивільних. Ця ідеалізація може виникати в контексті поточного воєнного конфлікту, коли військові сприймаються як ті, хто жертвує собою заради інших. Такий образ є героїзованим і значною мірою романтизованим, відображаючи прагнення суспільства бачити в захисниках не лише професіоналів, а й моральних зразків.

Дисциплінованість, відповідальність та гарна військова підготовка також є частково стереотипними ідеалізованими уявленнями про професійного військовослужбовця. Ці риси стереотипно пов'язуються з вимогами, які ставляться перед військовими для виконання завдань у суворих умовах. Дисциплінованість і відповідальність уявляється основою військової служби, адже ці риси забезпечують ефективну координацію дій, дотримання наказів і

злагоджених у колективі. Уявлення про гарну військову підготовку може також бути наслідком очікувань цивільних, що армія має бути висококваліфікованою та готовою до будь-яких викликів.

Як бачимо, уявлення цивільних громадян про військовослужбовців ЗСУ часто ґрунтуються на ідеалізованих стереотипах. Описані стереотипи підкреслюють важливість бачення військових як захисників і моральних зразків, хоча не завжди враховують індивідуальні особливості та реалії їхнього життя.

Порівняння образу військовослужбовця серед військових і цивільних

Загалом, образ військовослужбовця у свідомості військових та цивільних громадян є подібним за багатьма характеристиками. Обидві групи вважають, що військові є достатньо сильними, рішучими і дисциплінованими людьми, відданими своїй країні та готовими до самопожертви. Водночас, обидві групи наділяють військового яскраво вираженим патріотизмом, що підкреслює важливість цієї риси в образі військовослужбовця, який сприймається як захисник, готовий віддати все заради блага своєї країни.

Проте є і деякі відмінності в уявленнях. Військові оцінюють військовослужбовця як більш ініціативного. Треба зазначити, що військові і цивільні по-різному розуміють ініціативу – військові під ініціативою розуміють ініціативу на полі бою, тоді як цивільні більше схильні вважати військових людьми, які в основному виконують накази. Цивільні також уявляють типового військовослужбовця як молодшу людину, що може бути результатом стереотипів або уявлень, які ґрунтуються на медійних образах. Також це може бути пов'язано з тим, що в армію традиційно набирають молодих людей, тому такі стереотипи про вік військовослужбовців мають місце.

Дещо відрізняються уявлення обох груп і щодо сміливості військовослужбовця ЗСУ. Цивільні громадяни оцінюють її як більш виражену рису порівняно з військовими. Це можна пояснити тим, що цивільні часто сприймають військових через призму героїчних образів, створених засобами

масової інформації та соціальним дискурсом, що підкреслюють виключну сміливість і жертвовність військових у захисті країни. Військові, у свою чергу, мають дещо більш реалістичний погляд, що ґрунтується на власному досвіді. Вони краще розуміють, що не всі військові однаковою мірою сміливі, оскільки в реальному житті сміливість може проявлятися в різних формах і часто включає в себе раціональне оцінювання ситуації, а не лише безстрашне прагнення до небезпеки. Це є лише ідеалом, коли військовий завжди поводить себе сміливо, і в дійсності кожна людина має свої сильні та слабкі сторони, які визначають її поведінку в критичних ситуаціях.

Ще однією помітною відмінністю є оцінка рівня довіри у двох групах опитаних. Зокрема, як показують результати, в уявленнях військових військовослужбовців ЗСУ дещо більшою мірою викликає довіру інших, порівняно з оцінками цивільних громадян. Можливо, це пояснюється тим, що в армії довіра є життєво важливою для виконання завдань і забезпечення безпеки, що добре розуміють військові. В той час як для цивільних таке уявлення не зумовлене життєвим досвідом і є стереотипізованим.

Загалом отримані результати засвідчують, що у свідомості військовослужбовців і цивільних громадян існує ідеалізований стереотипний образ військовослужбовця ЗСУ. Різниця між оцінками військових та цивільних в основному стосується окремих характеристик, таких як вік, рівень довіри, ініціативність, сміливість, що можна пояснити різним досвідом і сприйняттям реалій військової служби.

2.3. Практичне впровадження результатів

На основі проведеного дослідження образу військовослужбовця серед військових та цивільних громадян, розроблено рекомендації для прес-служб військових частин щодо формування позитивного образу військовослужбовця ЗСУ у мас-медіа.

1. Акцент на патріотизмі як ключовий рисі військовослужбовця. Підкреслюйте в медіаконтенті відданість військових своїй країні та їхню готовність до самопожертви. Використовуйте особливості історії військових, які демонструють їхній патріотизм. Контент: статті та відеосюжети про військовослужбовців, які повертаються на службу після поранень або беруть участь у важливих операціях. Активно висвітлюйте участь військових у державних заходах, таких як паради, вшанування пам'яті загиблих героїв тощо.

2. Підтримка ініціативності та лідерства. Висвітлюйте приклади ініціативних дій військових під час бойових операцій або в мирний час. Пояснюйте, що ініціатива на полі бою – це стратегічне мислення та прийняття відповідних рішень у складних умовах. Контент: інтерв'ю з командирами, які приймали нестандартні рішення, приклади успішного керівництва та тактичних досягнень.

3. Військові різного віку. Показуйте різновікових військовослужбовців, щоб розвінчати стереотип про лише молодий вік армійців. Підкреслюйте досвід старших військових та їх роль у навчанні молодих солдатів. Контент: публікації про взаємодію досвідчених військовослужбовців з молодим поколінням, розповіді про ветеранів та їхній вклад у сучасну армію. А також у публікаціях та відеоматеріалах варто демонструвати і молодих, енергійних військовослужбовців, які беруть участь у навчаннях та операціях. Використовуйте історію успіху молодих командирів та новобранців. Контент: фото та відео з польових навчань, спортивних змагань, активних військових операцій, які показують динаміку та енергію.

4. Формування реалістичного образу сміливості. Пояснюйте, що сміливість військових виникає не лише в героїчних вчинках, а й у виваженості, витримці та раціональному підході до небезпеки. Контент: реальні історії про сміливість та самовладання у критичних ситуаціях.

5. Акцент на фізичному та психічному здоров'ї. Висвітлюйте теми здорового способу життя серед військових. Покажіть, як армія підтримує

фізичну форму та психологічне благополуччя своїх бійців. Контент: інтерв'ю з медиками, військовими тренерами, показ спортивних досягнень, програми психологічної підтримки.

6. Демонстрація інтелекту та професійної підготовки. Публікуйте матеріали про високий рівень підготовки та інтелектуальну компетентність військовослужбовців, їх успішні операції та стратегічне мислення. Контент: статті та репортажі про сучасні технології, які використовують ЗСУ, навчання за міжнародними стандартами, успішні тактичні рішення.

7. Підтвердження доброзичливості та людяності. Показуйте військових не лише як захисників, але й як людей, які допомагають цивільним під час гуманітарних операцій. Історії про допомогу військовим мирним жителям, волонтерська діяльність, участь у благодійних акціях.

8. Популяризація ініціативності та альтруїзму. Висвітлюйте історії військових, які проявляють ініціативу, творчий підхід у складних умовах та турботу про своїх побратимів і громадян. Сюжети про нестандартні рішення військових у критичних ситуаціях, соціальні проекти за участі ЗСУ.

9. Підтримка образу відповідальності та дисциплінованості. Показуйте дисципліну та відповідальність військових у різних умовах служби. Контент: репортажі з навчання, дотримання стандартів НАТО, регулярні огляди особового складу.

10. Формування довіри та чесності. Сприяйте прозорості у висвітленні діяльності ЗСУ, надайте достовірну інформацію про успіхи та виклики. Контент: інтерв'ю командирів з поясненням стратегічних рішень, розвінчання фейків та міфів.

11. Піднесення патріотичного духу. Підкреслюйте патріотизм та любов до України через розповіді про мотивацію військовослужбовців. Контент: історії про військових, які захищають свою землю та сім'ю, тематичні ролики до державних свят, розповіді ветеранів.

Загальні рекомендації

Регулярно оновлювати контент: постійно публікуйте нові матеріали, щоб

зберегти актуальність і залучити аудиторію.

Використовуйте соціальні мережі: активно використовуйте платформи, такі як Facebook, Instagram, Telegram та TikTok для підключення різних вікових груп.

Зворотний зв'язок: відстежуйте реакцію аудиторії та адаптуйте стратегію відповідно до отриманих відгуків.

Ці рекомендації допоможуть остаточно сформувати позитивний і стійкий образ військовослужбовця ЗСУ в українському суспільстві та зміцнити довіру до Збройних Сил України.

Висновки до розділу II

На основі проведеного дослідження було виділено ключові особливості сприйняття образу військовослужбовця ЗСУ серед військових та цивільних громадян, а також розроблено практичні рекомендації для прес-служб військових частин щодо формування позитивного іміджу військовослужбовців ЗСУ у мас-медіа.

Образ військовослужбовця ЗСУ у свідомості військових і цивільних громадян є загалом подібним. Обидві групи наділяють військових такими рисами, як сила, рішучість, дисциплінованість, відповідальність і патріотизм. Це ознака наявності загального позитивного стереотипу військовослужбовця як захисника держави. Обидві групи респондентів підкреслюють яскраво виражений патріотизм військових. Ця характеристика займає центральне місце в образі захисника України, відображає актуальні суспільні цінності та очікування. Військові сприймають ініціативність як здатність діяти стратегічно та приймати рішення на полі бою. Цивільні, навпаки, вважають військових менш ініціативними, бо бачать їхню діяльність як виконання наказів. Військові оцінюють рівень довіри до себе вище, ніж це зробили цивільні. Це може бути пов'язано з тим, що у військовому середовищі довіра є необхідною умовою ефективного виконання завдань і забезпечення безпеки.

У медіа слід підкреслювати історію відданості військових своїй країні та їхню готовність захистити її. Публікувати інтерв'ю та репортажі про мотивацію військовослужбовців, їхню участь у важливих державних операціях. Висвітлювати приклади ініціативних дій військових у бойових умовах і під час навчання. Пояснювати цивільним, що ініціативність в армії означає стратегічне мислення та прийняття відповідних рішень. Показувати сміливість військових не лише як героїчні вчинки, а як здатність зберігати самовладання та раціонально діяти в критичних ситуаціях.

ВИСНОВКИ

Магістерська робота «Образ військовослужбовця ЗСУ серед військових та цивільних громадян України» дозволила глибше зрозуміти особливості сприйняття українських військових у сучасному суспільстві. Теоретико-методологічний аналіз показав, що феномени «образ», «імідж», «стереотип» і «професійний стереотип» відіграють важливу роль у формуванні ставлення до військовослужбовців.

Емпіричне дослідження довело, що загалом як військові, так і цивільні громадяни високо цінують українських захисників, асоціюючи їх із мужністю, патріотизмом та відданістю. Однак серед цивільних громадян певний вплив стереотипів, які залежать від рівня інформованості та особистого досвіду взаємодії з військовими.

Кількісний і якісний аналіз результатів підтвердив, що для посилення позитивного сприйняття образу військовослужбовців ЗСУ необхідно систематично працювати над формуванням їх іміджу, використовуючи медіа, освітні та інформаційні кампанії.

На основі проведеного дослідження можна сформулювати такі висновки щодо сприйняття образу військовослужбовців ЗСУ у свідомості військових та цивільних громадян:

Спільні характеристики військовослужбовця. Обидві групи – як військові, так і цивільні громадяни – наділяють військовослужбовця ЗСУ такими рисами, як: сила та рішучість, дисциплінованість, відданість країні, готовність до самопожертви, патріотизм. Ці характеристики створюють стійкий образ захисника, який готовий віддати життя за благо України.

Відмінності у сприйнятті образу військовослужбовця. Військові розуміють ініціативність як здатність діяти швидко та ефективно на полі бою.

Цивільні вважають, що військовослужбовці здебільшого ефективні накази, а не проявляють ініціативу. Ця різниця у сприйнятті пояснюється відсутністю у цивільних глибокого розуміння специфіки військової служби. Цивільні громадяни частіше уявляють військовослужбовців як молодих людей. Це може бути зумовлено: медійними стереотипами, традиційною практикою призову молоді до лав ЗСУ тощо. Цивільні оцінюють сміливість військових як більш виражену рису, що є результатом героїчних образів, створених засобами масової інформації. Військові мають більш реалістичне сприйняття, визнаючи, що сміливість проявляється в різних формах і не є однаково притаманною всім.

Військові оцінюють рівень довіри до військовослужбовців як вищий, відповідно до оцінки цивільних. Це пояснюється тим, що для військових довіра є життєво важливим у бойових умовах. Цивільні часто спираються на стереотипи та особистий досвід, що впливає на їхню оцінку рівня довіри. Загалом ідеалізований образ військовослужбовця є поширеним як серед військових, так і серед цивільних. Відмінності в сприйнятті окремих рис пояснюються різним досвідом та різним рівнем розуміння реальної військової служби.

Запропоновані практичні рекомендації спрямовані на посилення комунікації між військовими та цивільними, підвищення обізнаності населення про службу в ЗСУ та руйнування застарілих стереотипів. Це сприятиме зміцненню довіри до Збройних Сил України та підвищенню соціального престижу професії військового.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агаєв Н. А., Дикун В. Г, Чорний В. С. та ін. Морально-психологічне забезпечення у Збройних силах України: підручник у двох частинах. Частина І. вид.2-е перероб. зі змін. та допов. за загальною редакцією В. В. Стасюка. Бровари: ТОВ «7 БЦ», 2020. 754 с.
2. Аспекти стереотипів (за Ліпманом). 2022. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=450797>
3. Битва за Донецький аеропорт. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/01/-20/bytva-za-doneczykj-aeroport-hronika-podvygu-czyfry-faktyznachennya-ta-uroky/>.
4. Блинова О. Є. Роль соціальних стереотипів у становленні світоглядних орієнтацій особистості. *Психологія і особистість*. 2015. № 2 (8). С. 58–70.
5. Венгер Г.С. Соціальна психологія: навчально-методичний посібник. Миколаїв, 2017. 344 с.
6. Гальперін І. Р. Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження. 2018. С. 152– 154.
7. Глазнюк Л. М. Основні категорії естетики. URL: <https://textbook.com.ua/etika-ta-estetika/1473446659/s-3>.
8. Грищук О. В. *Конституційні цінності: філософські та судові аспекти*: монографія. Вид. 2-е, доопр. і доп. Київ : Ваіте, 2020. С. 139-140.
9. Дані четвертого загальнонаціонального опитування "Образ ветеранів в українському суспільстві" / Український ветеранський фонд. URL: <https://vomelyana-gromada.gov.ua/news/1712155829> .
10. Дискримінація різних соціальних груп у ЗСУ: погляди військових та цивільних. Ветеранський фонд. URL: <https://veteranfund.com.ua/analitics/social-group-discr>.

11. Закон України: Про Збройні Сили України. Відомство Верховної Ради України. Київ: Міністерство Юстиції України, 1992. 20 с.
12. Конституція України: Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141. Відомство Верховної Ради. Київ: Міністерство Юстиції України, 1996. 4 с.
13. Левицький М. О. Право військовослужбовців на честь та гідність. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція*. 2019. № 42. Т. 1. 84 с.
14. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу: навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2017. 448 с.
15. Москаленко В. В. Соціальна психологія: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2018. 688 с
16. Недвига О. В. Психологічне забезпечення професійної діяльності військовослужбовців-саперів в особливих умовах діяльності: дисертація канд.псих.наук: Київ: НУОУ, 2019. 257 с.
17. Образа військовослужбовця та погроза йому: кримінальна відповідальність. 28.04.2022. URL: <https://pravo.org.ua/blogs/obrazavijskovosluzhbovtsya-ta-pogrozu-jomu-kryminalna-vidpovidalnist/>
18. Огородник Л. М. Стереотип як соціально-психологічний феномен у контексті підготовки педагогічних кадрів до інноваційної діяльності. *Педагогічний дискурс: збірник наукових праць*. Хмельницький: ХГПА, 2019. Вип. 6. С. 142–145
19. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навч. посіб. Київ : Академвидав, 2015. 446 с.
20. Основи проведення військово-соціологічних і соціально-психологічних досліджень у внутрішніх військах МВС України / Науково-дослідний центр Національної гвардії України. URL: https://books.ndcnangu.co.ua/knigi/posibnyk_Osnovy_provedennia_viiskovo-sotsiolohichnykh_sotsialno-psykholohichnykh_doslidzhen_2010.pdf
21. Потапенко Л. Стереотип як засіб репрезентації «Іншого» в

діяльності. Наукові записки. Серія «Культурологія»: матеріали VI Міжнародної наук. конференції «Культура в горизонті сталих і плінних ідентичностей» (12–13 квітня 2013 р., м. Острог). Острог, 2018. Ч. 2. С. 337–340.

22. Психологічний словник. Авт.-уклад. В. В. Синявський, О. П. Сергєєнкова; за ред. Н. А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. С. 274.

23. Психологічні засади ефективності службово-бойової діяльності військовослужбовців / Науково-дослідний центр національної гвардії України. URL: https://books.ndcnangu.co.ua/knigi/Monohraf_Efektyvnist.pdf.

24. Психологічні напрями забезпечення позитивного іміджу війська у суспільстві/ Науковий вісник УДПУ імені Павла Тичини. URL: <https://psyj.udpu.edu.ua/article/view/306790/298162>.

25. Рибалка В. В. Честь і гідність особистості як фактори індивідуальної та соціальної безпеки. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Сер. психологічна*. 2019. Вип. 1. С. 50.

26. Рижанова А.О. Енциклопедія фахівців соціальної сфери. За заг. ред. І. Д. Зверєвої. К., Сімферополь: Універсум, 2017. С. 398-401.

27. Самкова О. М. Особливості формування стереотипів професії у психологів. *Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*. Київ: Гнозис, 2016. Додаток 2 до вип. 36 «Проблеми емпіричних досліджень у психології». С. 69–76.

28. Серьогін С. М., Сорокіна Н. Г. Поняття «честь», «гідність» у контексті професіоналізації публічної служби. *Аспекти публічного управління*. 2016. № 8(34). С. 59-60.

29. Соціально-психологічні чинники групової взаємодії військовослужбовців / Актуальні проблеми психології. URL: <https://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v1/i47/21.pdf>.

30. Стан реалізації у Збройних Силах України гендерної політики. Міністерство оборони України. URL: <https://www.mil.gov.ua/content/gender/Hender20.pdf>.

31. Стасюк В. В. Психологія локальних війн та збройних конфліктів: підручник для слухачів та студентів вищих навчальних закладів. Київ: НУОУ ім. І. Черняхівського, 2016. 412 с.

32. Стасюк В. В. Аналіз підходів до оцінювання та прогнозування психологічної готовності особового складу військ (сил): структура чинників. *Вісник національного університету оборони України. Збірник наукових праць*. Випуск 1 (54), 2020. 230 с.

33. Химович О. Стереотип: теоретико-методологічні підходи до інтерпретації. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2013. Вип. 59–60. С. 66–76.

34. Шаповалова А.В. Психологічний супровід адаптації військовослужбовців /Запорізький національний університет. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/18086/1/Шаповалова%20А.В..pdf>.

35. Шмиголь М. Ф. Основи філософії. Київ: «Центр учбової літератури», 2018. 410 с.

Додатки

Додаток А

Шановний друже, дуже просимо Вас узяти участь у магістерському дослідженні образу військовослужбовця ЗСУ, наявного у масовій свідомості. Дослідження анонімне, правильних відповідей тут не існує, тому будьте щирими у власних відповідях.

Стать: 1) жіноча; 2) чоловіча

Вік _____ років

Статус: 1) військовослужбовець; 2) цивільний

Завдання. За 5-бальною шкалою оцініть вираженість запропонованих рис у військовослужбовця ЗСУ, де 1 – повністю згоден з лівою характеристикою, 5 – повністю згоден з правою характеристикою, 3 – щось середнє, 2 і 4 – більше згоден з лівою або правою характеристикою.

Старий	1	2	3	4	5	Молодий
Хворий	1	2	3	4	5	Здоровий
Нерозумний	1	2	3	4	5	Розумний
Має погану військову підготовку	1	2	3	4	5	Має гарну військову підготовку
Злий	1	2	3	4	5	Добрий
Несміливий	1	2	3	4	5	Сміливий
Слабкий	1	2	3	4	5	Сильний
Нерішучий	1	2	3	4	5	Рішучий
Пасивний	1	2	3	4	5	Ініціативний
Егоїстичний	1	2	3	4	5	Альтруїстичний
Безвідповідальний	1	2	3	4	5	Відповідальний
Недисциплінований	1	2	3	4	5	Дисциплінований
Не викликає довіри	1	2	3	4	5	Викликає довіру
Нечесний	1	2	3	4	5	Чесний
Байдужий до своєї країни	1	2	3	4	5	Патріот

Дякуємо за участь у дослідженні!