

Возняк І. І.

Центральний науково-дослідний інститут Збройних Сил України

Голумбівський В. М.

Центральний науково-дослідний інститут Збройних Сил України

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ ІДЕНТИЧНОСТІ: ОНЛАЙН-КОНТЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СТІЙКОСТІ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ

Стаття присвячена актуальній проблемі впливу онлайн-контенту на формування ідентичності та психологічної стійкості військовослужбовців Збройних Сил України в умовах повномасштабної війни. Дослідження обґрунтовує, що цифровий простір став не лише джерелом інформації, а й ключовою платформою для емоційної підтримки та згуртування, що робить його вивчення критично важливим для військової психології та соціальних комунікацій.

Для дослідження було використано комплексний підхід, що поєднує теоретичний аналіз наукових джерел та емпіричне дослідження. Методологічною основою стали соціологічний, культурно-комунікативний та психологічний підходи до вивчення професійної ідентичності. Емпіричний етап включав анкетування 78 військовослужбовців віком від 25 до 62 років, метою якого було виявити особливості споживання онлайн-контенту та його вплив на мотивацію, бойовий дух і психологічний стан.

Дослідження підтвердило, що онлайн-контент відіграє двоєдину роль: з одного боку, він є потужним ресурсом для підтримки бойового духу, а з іншого – джерелом інформаційної втоми та емоційного виснаження. Установлено, що найбільш мотивувальним є контент, присвячений успіхам Збройних Сил України, аналітичні матеріали, інтерв'ю та приклади героїзму. Водночас виявлено, що надмірне споживання інформації може знижувати психологічну стійкість. Аналіз показав, що 88,9% опитаних використовують Telegram, а 66,7% вважають, що медіа відіграють додаткову, але важливу роль у формуванні їхньої професійної ідентичності.

Отримані результати є основою для розроблення та впровадження рекомендацій, спрямованих на підвищення психологічної стійкості військовослужбовців, зокрема через оптимізацію інформаційної політики, проведення тренінгів з медіаграмотності та використання онлайн-контенту для психопрофілактики. Стаття має цінність для фахівців у сфері військової психології, інформаційної безпеки та соціальних комунікацій.

Ключові слова: військовослужбовці, онлайн-контент, медіапростір, професійна ідентичність, психологічна стійкість, бойовий дух.

Постановка проблеми. У ході повномасштабної війни в Україні цифровий простір став не лише джерелом інформації, а й важливою платформою для емоційної підтримки, мобілізації солідарності та формування спільної ідентичності серед військовослужбовців. Telegram-канали, TikTok-блоги та YouTube-документалістика з фронту створюють унікальний соціальний простір, де військовослужбовці можуть не лише інформувати, але й іронізувати, висміювати ворога, ділитися болем і підтримувати одне одного.

Цей феномен – «цифрове побратимство» – ще практично не досліджений у науковому полі, попри його реальний вплив на психоемоційний

стан, профілактику посттравматичного стресового розладу (далі – ПТСР) та створення новітньої військової культури.

У період тривалого бойового навантаження, коли класичні форми психологічної допомоги не завжди доступні, саме гумор, візуальні образи та слова підтримки в соцмережах часто стають «психологічним тилом» для бійців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень показує, що проблематика впливу медіа на психічний стан військовослужбовців розглядається у вітчизняній науці з різних ракурсів – від загальної психологічної адаптації до специфіки інформаційного серед-

овища під час війни (І. Абакіна, Н. Крапівіна, А. Артеменко, К. Батаєва, А. Гринечко) [1; 2; 3]. Онлайн-медіа відіграють значну роль у формуванні мілітарної ідентичності та психологічної стійкості, особливо в умовах війни [1; 2; 4].

Онлайн-контент створює позитивний образ воїна-захисника, що стає засобом емоційного укріплення, підтримуючи моральний дух і мотивацію (І. Абакіна, А. Гудзь, Ю. Свідлов) [1; 4; 13]. Професійна ідентичність військовослужбовців розглядається як ключовий елемент соціальної адаптації, який набуває додаткових змістових нашарувань під впливом масових комунікацій (А. Артеменко, К. Батаєва) [2]. Цифрові нарративи з фронту транслюють цінності та моделі поведінки, сприяючи згуртуванню військового середовища, що є критично важливим у кризові періоди [7; 11].

Крім формування ідентичності, онлайн-контент використовується для психологічної підтримки та подолання стресу. Дослідження свідчать, що цифрові ресурси, зокрема навчальні платформи і тренінги, ефективні для психопрофілактики (О. Кокун, В. Клочков, В. Мороз) [8; 9]. Досвід армії США підтверджує важливість психоедукації через онлайн-ресурси для підвищення психологічної стійкості [9; 12].

Водночас існують значні ризики. Надмірне споживання новин може призвести до інформаційної втоми, емоційного виснаження та зниження стійкості [5; 17; 18]. На стратегічному рівні онлайн-контент є складовою інформаційної боротьби, що вимагає критичної оцінки та контролю за його змістом задля забезпечення національної безпеки [10; 15; 16].

Таким чином, онлайн-контент виконує двоєдину роль: він одночасно є ресурсом для підтримки морального стану та ідентичності інтеграції військовослужбовців, а також полем інформаційного впливу, що потребує усвідомленого та контрольованого споживання [1; 2; 3; 5].

Постановка завдання. Метою статті є дослідити, яким чином цифровий контент (меми, блоги, пабліки у Telegram, TikTok та YouTube) сприяє формуванню онлайн-солідарності, створенню нової військової ідентичності та допомагає військовослужбовцям долати стрес, пов'язаний із бойовими діями.

Виклад основного матеріалу. Онлайн-контент відіграє важливу роль у формуванні професійної (мілітарної) ідентичності та психологічної стійкості військовослужбовців Збройних Сил України (далі – ЗС України) в умовах війни. Через медіа-

апростір, насамперед соціальні мережі, офіційні військові канали, новинні платформи та відеосервіси, транслюються нарративи, що не лише відображають реальність фронту, а й задають моделі поведінки, ціннісні орієнтири та емоційні конструкти, важливі для збереження внутрішньої цілісності військових.

Одним із ключових способів впливу онлайн-контенту є створення позитивного образу воїна-захисника. А. Гудзь [4, с. 175] у своєму дослідженні вказує, що жанрово-тематичне наповнення медіа – від особистих історій до художніх реконструкцій – формує не лише інформативний, а й емпатійний простір, у якому військовослужбовець може ідентифікувати себе з героями, представленими у ЗМІ. Такий контент виступає своєрідним засобом емоційного укріплення, посилюючи внутрішню мотивацію до служби та участі в бойових діях.

Змістовна ідентифікація формується також через масову й колективну свідомість, яка активно моделюється під впливом цифрових медіа. Як зазначає О. Ільченко [7], онлайн-комунікації, зокрема через новинні портали та інтерактивні платформи, сприяють згуртуванню військового середовища, що є критично важливим у кризовий період.

Для глибшого розуміння впливу онлайн-контенту на особистість військовослужбовця необхідно уточнити, що саме мається на увазі під поняттям «професійна ідентичність».

Військова служба як особлива соціальна практика формує специфічну професійну (мілітарну) ідентичність, яка вимагає чіткого наукового визначення.

Професійну ідентичність ми розуміємо як сукупність характеристик, що формують уявлення особистості про себе в межах певної професійної ролі.

Дослідження підходів до визначення цієї дефініції дало змогу установити, що не існує єдиного універсального тлумачення поняття, оскільки його зміст варіюється залежно від теоретичної парадигми, предметної галузі та цілей дослідження. У контексті військової служби поняття набуває додаткових змістових нашарувань, зумовлених специфікою професійної діяльності, умовами екстремального середовища та впливом масової комунікації. Виокремимо декілька підходів до визначення поняття «професійна (мілітарна) ідентичність»:

1. Соціально-психологічний підхід.

Професійна ідентичність розглядається як частина самосвідомості, що формується в процесі

засвоєння соціальних ролей, норм, цінностей та моделей поведінки, характерних для військової професії. У цьому контексті наративи, які транслюються через онлайн-контент, виконують функцію смислового ядра цієї ідентичності [11].

2. Культурно-комунікативний підхід.

Ідентичність формується через участь у комунікативних практиках, зокрема у віртуальному просторі, де відбувається взаємодія з інформаційним контентом, що містить символічні значення: героїзм, патріотизм, обов'язок. Такі моделі активно репрезентуються в онлайн-медіа, сприяючи професійній самоідентифікації [4].

3. Інституційно-рольовий підхід.

О. Ільченко [7] розглядає професійну ідентичність як результат включення особистості в стійку соціальну роль – військовослужбовця, що закріплюється через взаємодію з медіа, анкетуванням, колективними оцінками та символічними структурами.

Не менш важливим компонентом професійного функціонування військовослужбовця є його психологічна стійкість, термін, який у науковій літературі розглядається з різних підходів.

Оскільки дослідження торкається теми адаптації в умовах бойових дій, необхідно з'ясувати, що мається на увазі під поняттям «психологічна стійкість».

Аналіз впливу онлайн-середовища неможливий без урахування феномену психологічної стійкості, що становить основу здатності військовослужбовця зберігати ефективність у складних обставинах.

У результаті аналізу джерел установлено, що існують такі підходи до визначення поняття «психологічна стійкість»:

1. Психофізіологічний підхід.

Стійкість тлумачать як здатність організму та психіки зберігати функціональну рівновагу під впливом стресогенних чинників, що особливо актуально для умов бойових дій. За В.Клочковим, формування цієї здатності відбувається під час спеціальної підготовки, що включає й використання цифрових тренінгів [8].

2. Особистісно-адаптивний підхід.

О. Кокун та співавтори розуміють психологічну стійкість як здатність до адаптації та збереження внутрішньої цілісності в умовах бойового стресу. Автори підкреслюють важливість розвитку емоційної саморегуляції, когнітивної стабільності та соціальної підтримки, зокрема через цифрові ресурси [9].

3. Комунікативно-інформаційний підхід.

За О. Єрмоленко [5], психологічна стійкість формується також через критичне сприйняття медіаінформації, здатність відрізнити правду від дезінформації та адаптуватися до швидкозмінного інформаційного середовища, яке може бути як ресурсом, так і загрозою.

Проблематика наративу як інструменту формування ідентичності розглядається у праці Лисичкіних, де онлайн-публікації трактуються як механізм поширення соціально значущих історій, що закладають основу спільного мілітарного досвіду [11]. Через особистісні історії та фронтові хроніки в цифровому просторі формуються символічні образи служби, честі та самопожертви. Онлайн-контент також виконує роль психоедукаційного ресурсу: за дослідженням О. Кокуна та колег, відеоматеріали, дистанційні тренінги та методичні поради сприяють підвищенню психологічної стійкості та адаптаційної здатності військових [9]. В. Клочков підкреслює ефективність віртуальних навчальних програм для підготовки офіцерів до бойового стресу [8]. Водночас О. Єрмоленко наголошує на ризиках інформаційної перевантаженості, що може призводити до втоми та дезорієнтації [там само].

На стратегічному рівні онлайн-контент є елементом інформаційної боротьби. О. Курбан зазначає, що сучасні інформаційні війни відбуваються не лише на політичному рівні, а й у свідомості військовослужбовців, тому контроль за якістю онлайн-комунікацій є частиною державної інформаційної безпеки [10]. Таким чином, онлайн-контент відіграє двоєдину роль: він підтримує ідентичність та моральний стан, але також може бути інструментом інформаційного впливу. Цивільний та військовий виміри ідентичності різняться за нормами, символами та способами медіа-впливу: у цивільному контексті ідентичність формується як частина соціальної адаптації, тоді як військова передбачає специфічний конструкт, пов'язаний із ролями, дисципліною та колективною пам'яттю [7; 11].

Онлайн-наративи розширюють межі військового виміру, посилюючи відчуття приналежності до національно-історичного контексту. Відеоінтерв'ю, фронтові репортажі, меми й документалістика формують образи, що сприймаються через емпатію, зміцнюють моральний дух та сприяють патріотичній самоідентифікації [4; 11]. Контекст війни 2022–2025 рр. підкреслив роль інформаційних війн і масштабну диджиталізацію впливу: українські Telegram-канали, TikTok і YouTube слугують не лише джерелами інформа-

ції, а й засобами мобілізації, моральної підтримки та рефлексії бойового досвіду, що впливає на психологічну стійкість та ідентичність [4].

Механізми формування ідентичності та стійкості змінюється завдяки меметичним наративам («привид Києва» – героїзований образ українського льотчика, що став символом військової доблесті та мотивації; «Чорнобаївка» – мем про багаторазові поразки рашистів у одному місці, уособлення абсурдності агресора й сили української армії; героїчні тварини («Пес Патрон», «бойові гуси», «котики ЗСУ») – використання образів тварин для створення позитивних емоцій і підтримки бойового духу), OSINT-інформації, діджитал-спільнотам солдатів, а також інтенсивному залученню соцмереж у повсякденне життя військовослужбовців [15]. Внутрішній образ себе як «захисника» почав поєднувати індивідуальні переживання й колективну історію, закріплену в онлайн-контенті.

Українські та закордонні онлайн-платформи виконують різні функції. Українські Telegram, TikTok-канали підтримують внутрішній бойовий настрій і комунікацію між військовими, тоді як міжнародні медіа (YouTube, Twitter) формують зовнішній образ українського солдата в світі, сприяючи солідарності та підтримці.

Класифікація онлайн-контенту за функціями показує чотири складові: мобілізаційний (заклики до дії, інтерв'ю з фронту); терапевтичний (історії виживання, психологічна допомога онлайн); ідентифікаційний (наративи «героя війни»); деструктивний (пропаганда, фейки) [9; 10].

За жанрами контент класифікується на: блоги військових (особистий досвід), новини (оперативні випуски), меми (зіткнення із ворогом через гумор), документальні репортажі і TikTok-відео з фронту [15].

Ризики інформаційного впливу включають інформійну втому, емоційне виснаження і когнітивне навантаження. Як показали дослідження, надмірне споживання новин та перегляд протилежного контенту збільшує тривогу й знижує психологічну стійкість [17; 18].

Такі ризики вказують на необхідність глибшого аналізу того, як інформаційне середовище впливає на психологічний стан та професійну мотивацію військовослужбовців, особливо в умовах тривалої бойової напруги.

На рис. 1 наведено структурну модель впливу онлайн-контенту на формування ідентичності та психологічної стійкості військовослужбовців ЗС України, із виділенням основних функцій та механізмів його дії.

Онлайн-контент відіграє ключову роль у формуванні ідентичності та психологічної стійкості військовослужбовців, а також у виконанні мобілізаційних функцій. У структурі його впливу на ідентичність виділяються три основні напрямки: створення образу «війна-захисник», формування колективної свідомості та згуртованості, а також інтеграція у національно-історичний контекст через наративи та символіку. Психологічна стійкість під впливом онлайн-контенту проявляється у ціннісно-мотиваційній, когнітивній, соціальній, емоційній та фізичній сферах, включаючи підтримку патріотизму, критичне мислення, взаємодію в групах, саморегуляцію та адаптацію до умов стресу. Мобілізаційна функція контенту реалізується на трьох рівнях: через вплив на особовий склад за допомогою інформаційних каналів та інструкцій, через залучення цивільного населення та через взаємодію з міжнародною спільнотою, що включає офіційні ресурси та соціальні мережі. Така комплексна структура дозволяє оцінити багатовимірний вплив онлайн-контенту на формування професійної, соціальної та психологічної компетентності військовослужбовців.

З метою виявлення особливостей впливу онлайн-контенту на формування ідентичності, психологічної стійкості та бойового духу військовослужбовців, а також визначення типів медіаматеріалів, що найбільше мотивують особовий склад, було проведене анкетування серед військовослужбовців ЗС України.

У дослідженні взяли участь 78 респондентів віком від 25 до 62 років, серед яких військовослужбовці Центрального науково-дослідного інституту ЗСУ (м. Київ). Анкета складалася з 40 запитань, з яких 15 були відкритими, а 25 – закритими та напівзакритими, і охоплювала соціально-демографічні характеристики респондентів, досвід військової служби, частоту користування соціальними мережами, уподобання у виборі платформ та оцінку впливу медіаконтенту на психологічний стан.

Невеликий розмір вибірки пояснюється обмеженою доступністю респондентів: більшість військовослужбовців перебувають на лінії зіткнення, що ускладнює проведення масштабного опитування. До участі були залучені військовослужбовці з бойовим досвідом і без нього, а також представники Центрального науково-дослідного інституту ЗС України, що дозволяє отримати первинні дані щодо сприйняття онлайн-контенту різними групами військовослужбовців.

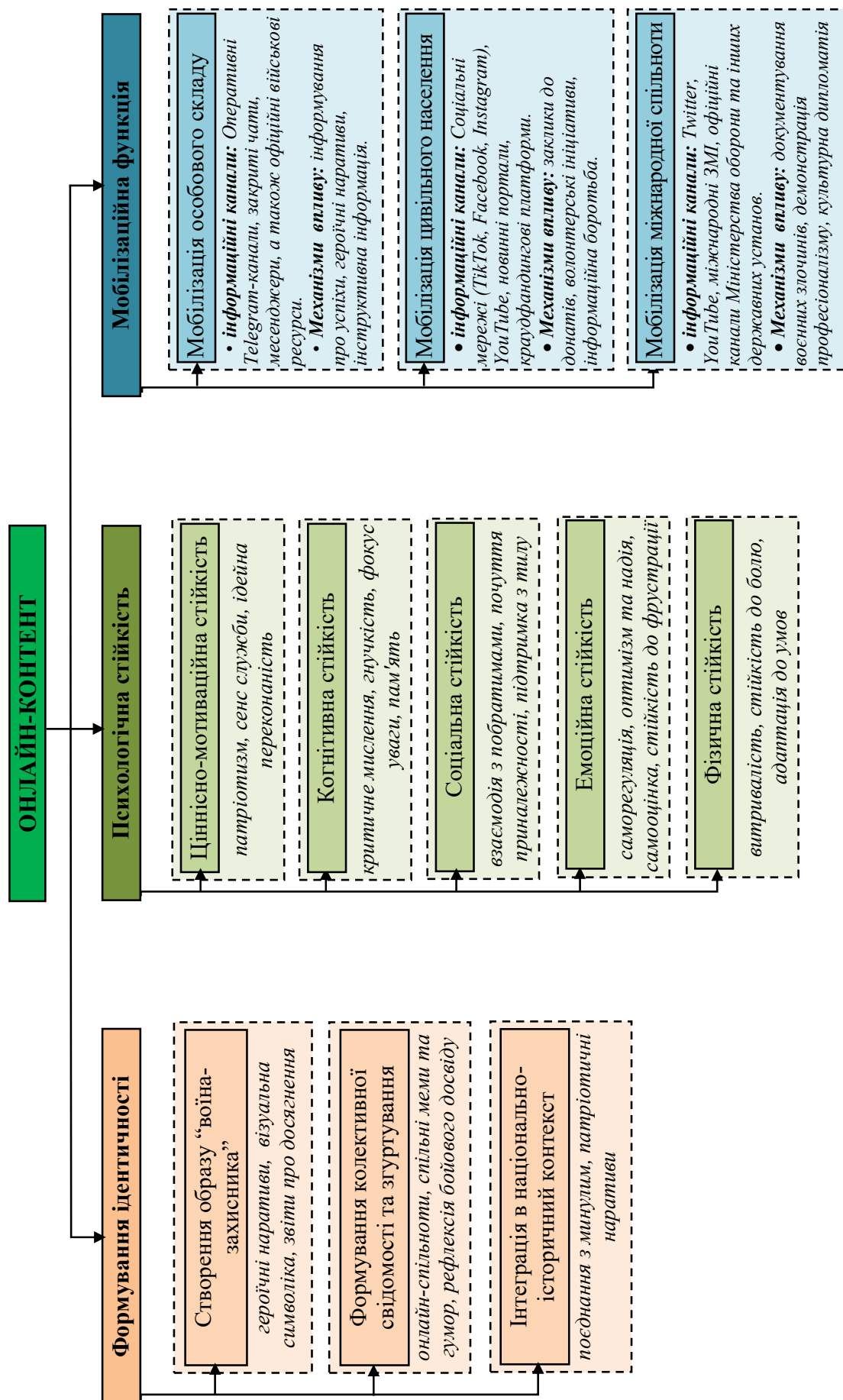


Рис. 1. Структура онлайн-контенту у формуванні ідентичності та психологічної стійкості військовослужбовців ЗС України

Проведене анкетування військовослужбовців Збройних Сил України засвідчило, що використання онлайн-ресурсів (новинних сайтів, соціальних мереж, блогів, месенджерів тощо) безпосередньо впливає на бажання виконувати бойові завдання та загальну впевненість у власних силах.

Серед опитаних військовослужбовців 55,6% вказали, що мають бойовий досвід, 44,4% – не залучені до бойових операцій. Щодо частоти використання соціальних мереж, то переважна більшість опитаних (77,8% осіб) зауважили, що заходять щодня, 11,1% – користуються 3–4 рази на тиждень, і стільки ж – лише зрідка. Найпопулярнішою платформою виявився Telegram (для 88,9% опитаних), за ним майже на одному рівні йдуть Signal (77,8%) та YouTube (77,8%). Значно менше респондентів віддають перевагу TikTok (33,3%) та Facebook (33,3%), а Instagram використовують лише 11,1% опитаних.

Отримані результати опитування демонструють, що переважна більшість респондентів (80%) вважають найбільш мотивувальним контент, присвячений успіхам українських військових та їхнім досягненням на полі бою. Приблизно 70–75% опитаних відзначили значний вплив аналітичних відео, інтерв'ю з військовими та експертами, а також матеріалів, що підкреслюють національну гідність. Водночас менш ніж 10% учасників зазначили, що подібний контент не має впливу на їхню мотивацію, що може свідчити про індивідуальні відмінності у сприйнятті інформації (рис. 2).

Аналіз поширеності симптомів інформаційної втоми показав, що 22,2% опитаних часто відчують її прояви – зокрема емоційне виснаження, роздратування та зниження концентрації уваги. Ще 33,3% зазначили, що подібні симптоми виникають у них періодично. Водночас 44,4% респондентів не спостерігають у себе жодних ознак

інформаційного перевантаження. Такі дані свідчать, що хоча інформаційний простір може бути важливим ресурсом для підтримки мотивації та стійкості, його надмірне споживання становить ризик для психологічного благополуччя військовослужбовців.

Результати дослідження свідчать, що вплив контенту соціальних мереж на збереження бойового духу військовослужбовців ЗС України є значним. Зокрема 44,4% респондентів однозначно вважають, що такий контент допомагає підтримувати бойовий дух, ще 44,4% відзначають його частковий позитивний вплив, тоді як лише 11,1% осіб не відчують подібного ефекту (рис. 3).

Більшість учасників опитування (92%) у тій чи іншій формі цікавляться прикладами героїзму військових у мережі, зазначаючи, що ці матеріали викликають повагу, надихають або переглядаються за наявності вільного часу. Лише поодинокі респонденти повідомили, що не стежать за таким контентом безпосередньо, отримуючи інформацію про героїчні вчинки переважно з новинних джерел.

Щодо ролі медіа у формуванні самоідентифікації військовослужбовця, то 22,2% опитаних вважають її визначальною, 66,7% – додатковою, а 11,1% оцінюють вплив як нейтральний.

Найвагомішим мотивувальним фактором, який відзначили 33,3% опитаних, стало отримання актуальних знань і аналітичної інформації. Завдяки онлайн-ресурсам військовослужбовці відстежують зміни у тактиці та стратегії, ознайомлюються з новими підходами до ведення бою, аналізують досвід інших підрозділів. Це сприяє підвищенню професійної готовності та відчуттю впевненості у власних діях, оскільки військові бачать, що їхні методи відповідають сучасним вимогам і тенденціям.

Близько 22,2% опитаних наголосили, що новини про успіхи ЗС України, особливо про прибуття нової техніки (зокрема винищувачів F-16) та професійні дії українських пілотів, значно підси-



Рис. 2. Розподіл відповідей респондентів у % на питання анкети про найбільш мотивувальний контент

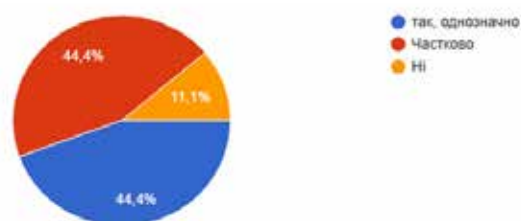


Рис. 3. Розподіл відповідей опитаних у % на питання анкети «Чи допомагає Вам контент у соцмережах зберігати бойовий дух?»

люють віру в перемогу. Така інформація викликає відчуття гордості за державу та особистої причетності до спільної справи, що стимулює до якісного виконання бойових завдань.

Ще 11,1% військовослужбовців відзначили важливість щоденних обговорень з побратимами новин про ситуацію на фронті та зміни в соціальному середовищі. Такі дискусії виступають своєрідним «психологічним клапаном», допомагаючи зменшити стрес, поділитися емоціями та виробити спільне бачення подальших дій. Це не лише покращує морально-психологічний клімат у колективі, а й сприяє колективному ухваленню тактичних рішень.

Окрема група респондентів (11,1%) зазначила, що намагається переглядати контент, створений з метою об'єднання суспільства. Такі матеріали посилюють відчуття єдності з усією нацією, надають сенсу щоденній службі та створюють додатковий внутрішній стимул для виконання завдань.

Ще 11,1% учасників опитування відповіли коротко: «впливає» або «новини», не деталізуючи механізмів впливу. Це свідчить про те, що навіть без глибокого аналізу військовослужбовці відчувають важливість інформаційного простору для власної мотивації.

Водночас, 11,1% респондентів зазначили, що їхні бойові завдання не пов'язані з інформаційним контентом. Така позиція демонструє індивідуальні відмінності у сприйнятті ролі онлайн-ресурсів – для частини військовослужбовців основним мотиватором залишається безпосереднє виконання наказу та бойова обстановка, а не інформаційний фон.

Результати опитування свідчать, що використання соціальних мереж та перегляд контенту про війну переважно позитивно впливають на військовослужбовців, адже у 33,3% опитаних самооцінка підвищується, а у 66,7% – зростає впевненість у власних силах.

Аналіз відповідей військовослужбовців щодо матеріалів, які найбільше їх емоційно виснажують, виявив кілька ключових категорій. Найчастіше респонденти згадують новини, зокрема негативні новини про бойові дії, які, очевидно, викликають емоційне виснаження. Також значним джерелом негативних емоцій є контент, пов'язаний з корупцією та хабарництвом, що, на думку військових, уповільнює наближення перемоги.

Крім того, емоційно виснажують матеріали, що стосуються жаків війни, зокрема, відео про катування українців у російському полоні. Деякі респонденти відзначають, що відеореклама про збір

коштів, яка має ознаки шахрайства, також викликає роздратування. Напругу створюють і виступи та дискусії політичних експертів, а також новини військово-політичного характеру. Таким чином, найбільш виснажливими є матеріали, які підривають віру в справедливість, викликають співчуття до жертв та створюють відчуття несправедливості.

Отримані дані дають змогу стверджувати, що онлайн-ресурси виконують подвійну функцію – вони одночасно є джерелом професійних знань і каналом психологічної підтримки. При цьому вплив може варіюватися від потужного стимулу до нейтрального сприйняття, залежно від особистісних характеристик військовослужбовця, його досвіду та ставлення до інформації. У більшості випадків інформаційний простір формує відчуття причетності до великої спільної мети та підсилює впевненість у перемозі, що прямо корелює з бажанням ефективно виконувати службові обов'язки.

Висновки. Дослідження підтвердило, що на формування професійної (міліарної) ідентичності військовослужбовців Збройних Сил України впливають особистісні характеристики, соціально-професійне середовище та специфіка виконуваних завдань. Найбільш стійкі прояви ідентичності виявлено у військовослужбовців з досвідом участі у бойових діях, що свідчить про ключову роль реального бойового досвіду у внутрішній інтеграції професійних цінностей.

Отримані результати вказують, що інформаційне середовище сучасної гібридної війни виконує подвійні функції: воно здатне як підвищувати бойовий дух та службову мотивацію, так і спричиняти інформаційну втому, емоційне виснаження та когнітивне перевантаження. Надмірне споживання новин, особливо суперечливого чи негативного контенту, корелює з підвищеним рівнем тривожності та зниженням психологічної стійкості.

Аналіз відповідей респондентів на питання анкети показав, що найбільший мотиваційний ефект справляє контент, який демонструє успіхи ЗС України та історії особистої відваги; містить позитивні відгуки суспільства про військовослужбовців; надає достовірну оперативну інформацію без надмірної драматизації. Натомість хаотичний потік новин та відсутність чіткої інформаційної стратегії знижують ефективність комунікації та можуть провокувати втрату емоційної включеності.

Дослідження підтвердило наявність ризиків інформаційної втоми та емоційного вигорання серед військовослужбовців, особливо у тих, хто активно користується соціальними мережами для

отримання новин. Усвідомлення цих ризиків та їх потенційних наслідків для психологічної стійкості особового складу зумовлює необхідність розробки і впровадження низки практичних заходів, спрямованих на збереження боєздатності та емоційної витривалості військових.

На підставі отриманих результатів нами було сформульовано такі практичні рекомендації, спрямовані на підвищення психологічної стійкості та підтримку мілітарної ідентичності військовослужбовців.

Для військових психологів:

1. Упроваджувати регулярні психологічні оцінки та моніторинг стану особового складу з урахуванням впливу медіа.
2. Проводити тренінги з медіаграмотності та емоційної саморегуляції для запобігання інформаційній перевтомі.
3. Розробляти психоедукаційні програми та онлайн-ресурси для підтримки стійкості та мотивації.
4. Використовувати позитивні наративи та історії успіху як елемент психологічної підтримки.

Для командування та офіцерів:

1. Організовувати «інформаційні перерви» та контрольований доступ до новинного контенту під час служби.

2. Створювати внутрішні канали з перевіреною інформацією для мінімізації впливу дезінформації.

3. Включати матеріали з морального та мотиваційного змісту у внутрішню комунікацію та брифінги.

4. Упроваджувати курси цифрового самозахисту для особового складу.

Дослідження підтверджує, що онлайн-контент відіграє ключову роль у формуванні ідентичності та психологічної стійкості військовослужбовців ЗС України. Ця робота є першим кроком у вивченні нового феномена «цифрового побратимства», що активно розвивається в умовах повномасштабної війни.

Отримані результати відкривають широкі перспективи для подальших наукових досліджень, які можуть бути спрямовані на: довгостроковий вплив медіаконтенту на мілітарну ідентичність та психологічний стан військовослужбовців після повернення до цивільного життя; аналіз відмінностей у сприйнятті інформації між військовослужбовцями різних спеціальностей, віку та рівня бойового досвіду; дослідження можливостей інтеграції психологічної підтримки та інформаційної політики у єдиний комплекс заходів, спрямованих на підвищення стійкості особового складу.

Список літератури:

1. Абакіна І. Є. Крапівіна Н. В. Сучасний імідж українських військових в умовах війни. *Вісник Національного університету оборони України*. 2023. №6 (76). С. 5–10.
2. Артеменко А., Батаєва К. Мілітарна ідентичність та соціальна адаптація ветеранів АТО/ООС: монографія. Харків: Вид-во ХГУ «НУА», 2022. 192 с.
3. Гринечко А. Я. Емоційно-ціннісне самоставлення особистості. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2013. Вип. 6. Ч. II. С. 199–205.
4. Гудзь А. В. Жанрово-тематичні особливості контенту, який формує образ воїнів-захисників та захисниць України. *Вісник Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологічні науки»*. 2024. Т. 35. № 1(2). С. 173–179.
5. Єрмоленко О. М. Психологічні аспекти взаємодії з масовими медіа в умовах військових дій. *Військова психологія та психіатрія*. 2021. № 1. С. 25–32.
6. Зливков В., Лукомська С. Нариси з історії становлення мілітарної ідентичності українців: монографія. Київ.-Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2023. 140 с.
7. Ільченко О. А. Роль ЗМІ у формуванні масової свідомості та колективної свідомості військовослужбовців (за матеріалами анкетування). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. 2024. Т. 35 (74). № 2. Ч. 2. С. 254–258.
8. Клочков В. Особливості формування психологічної стійкості майбутніх офіцерів Збройних Сил України. *Вісник Національного університету оборони України*. 2022. № 70 (6). С. 67–77.
9. Кокун О. М. та ін. Забезпечення психологічної стійкості військовослужбовців в умовах бойових дій: метод. посіб. / О. М. Кокун, В. В. Клочков, В. М. Мороз, І. О. Пішко, Н. С. Лозінська. Київ-Одеса: Фенікс, 2022. 128 с.
10. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі: навч. посібник. Київ: ВІКНУ, 2016. 286 с.
11. Лисичкіна І., Лисичкіна О. Наратив як інструмент формування колективної свідомості військовослужбовців. *Збірник наукових праць Національної академії Національної гвардії України*. 2023. Вип. 2 (42). С. 58–62. URL: <http://znp.nangu.edu.ua/article/view/293345> (дата звернення: 12.08.2025).

12. Мороз В. М. Огляд досвіду формування і забезпечення психологічної стійкості військовослужбовців армії США. *Вісник Національного університету оборони України*. 2022. № 3 (67). С. 80–88.
13. Свідлов Ю. Роль армії у формуванні нової національної ідентичності в Україні (методологічні тези). *ІПЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2025. Вип. 4 (78). С. 349–361.
14. Тетерук С. М. Методи та підходи до реабілітації військовослужбовців з посттравматичним стресовим розладом. *Бойовий та оперативний стрес у військово-професійній діяльності офіцерів-лідерів: праці науково-практ. семінару* (Київ, 27 квітня 2023 р.). Київ, 2023. С. 134–139.
15. Mejova Y., Braghieri L., Trujillo M. TikTok and the War in Ukraine: The Emergence of Platform-Specific Narratives. ArXiv Preprint, 2023. URL: <https://arxiv.org/abs/2301.12806> (дата звернення: 12.08.2025).
16. Ye H., Li R. The Role of Social Media in Promoting Academic Engagement and Enhancing Management Efficiency. *Academic Journal of Science and Technology*. 2024. Vol. 10, No. 3. P. 185–191. DOI: 10.54097/k9mvg17.
17. Malecki K. M., Keating J. A., Safdar N. Crisis fatigue: The impact of information exposure on mental health during the COVID-19 pandemic and beyond. *Journal of Health Communication*. 2023. Vol. 28. Iss. 1. P. 1–11. DOI: 10.1080/10810730.2023.2164910.
18. Vintilă M., Năstăsă L. E., Sava F. A. Media exposure and war-related stress during the Russian invasion of Ukraine: the case of Romanian consumers. *Frontiers in Psychology*. 2023. Vol. 14. P. 123–127. DOI: 10.3389/fpsyg.2023.1234567.

Vozniak I. I., Holumbivskyi V. M. DIGITALISATION OF IDENTITY: ONLINE CONTENT AS A TOOL FOR SHAPING THE RESILIENCE OF UKRAINIAN ARMED FORCES PERSONNEL

The article addresses the pressing issue of the influence of online content on the formation of identity and psychological resilience among Ukrainian Armed Forces personnel in a full-scale war. The research argues that the digital space has become not only a source of information but also a key platform for emotional support and cohesion, making its study critically important for military psychology and social communications.

A comprehensive approach was used for the study, combining a theoretical analysis of academic sources with an empirical study. The methodology was based on sociological, cultural-communicative, and psychological approaches to the study of professional identity. The empirical stage included a survey of 78 servicemen aged 25 to 62, the purpose of which was to identify patterns of online content consumption and its impact on motivation, morale, and psychological state.

The study confirmed that online content plays a dual role: on one hand, it is a powerful resource for maintaining morale, and on the other, a source of information fatigue and emotional exhaustion. It was established that the most motivating content is that dedicated to the successes of the Ukrainian Armed Forces, analytical materials, interviews, and examples of heroism. At the same time, it was found that excessive consumption of information can reduce psychological resilience. The analysis showed that 88.9% of those surveyed use Telegram, and 66.7% believe that media plays a supplementary but important role in shaping their professional identity.

The findings provide a basis for developing and implementing recommendations aimed at enhancing the psychological resilience of military personnel, specifically through optimising information policy, introducing media literacy training, and using online content for psychoprophylaxis. The article is of value to specialists in the fields of military psychology, information security, and social communications.

Key words: military personnel, online content, media space, professional identity, psychological resilience, morale.

Дата надходження статті: 10.09.2025

Дата прийняття статті: 25.09.2025

Опубліковано: 29.12.2025