

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ “ОБРАЗУ ПЕРЕМОГИ” У СВІДОМОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ПІД ЧАС ВІДСІЧІ РОСІЙСЬКОЇ ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ

Холох О. І. кандидат філософських наук,
старший дослідник, Науково-дослідний центр
гуманітарних проблем Збройних Сил України
<https://orcid.org/0000-0001-6916-5450>

У статті висвітлено “образ Перемоги” як фактор формування та підтримання внутрішньої мотивації військовослужбовців для виконання завдань за призначенням в умовах війни. Розроблено методологічні засади щодо його формування у свідомості українських військовослужбовців та створено на цій основі комунікативну модель для суб’єктів проведення внутрішньо-комунікаційної роботи у Збройних Силах України.

Ключові слова: мотивація; “образ Перемоги”; формування “образу Перемоги”; “Піраміда Р. Ділтса”; внутрішньо-комунікаційна робота у Збройних Силах України.

Вступ. Триваюча тотальна війна, яку веде росія проти України, є виснажливою як у фізичному так і в морально-психологічному відношеннях. Тому актуальними є питання про підтримання у військовослужбовців належного морально-психологічного стану, який дозволяє витримувати труднощі війни, надмірну напругу, бойові втрати і навіть тактичні поразки не втративши при цьому волі до Перемоги.

Належний морально-психологічний стан військовослужбовців значною мірою залежить від розвитку та підтримання у них мотивації, яка пробуджує бажання діяти, спрямовує цю діяльність до визначеної мети та наповнює її смислом. Мотивація – це динамічний процес, що включає в себе фізіологічні та психологічні аспекти. Мотивація буває зовнішньою, що спонукає людину до активності через зовнішні стимули та внутрішньою, яка виникає в середині людини і залежить від її потреб, цінностей та переконань. Це той внутрішній “вогник”, який допомагає долати фізичне виснаження та підвищує морально-психологічний стан військовослужбовців в цілому.

Важливими зовнішніми мотиваційними чинниками військовослужбовців є: належна військово-професійна підготовка та навички впевненого володіння зброєю та технікою, злагодженість підрозділів, бойовий досвід, матеріально-технічна забезпеченість, задоволеність харчуванням та іншими видами забезпечення, належне грошове забезпечення, виявлення і вирішення

проблем соціального характеру у військовослужбовців та членів їх сімей, сприятливий соціально-психологічний клімат у підрозділі, розуміння своєї ролі та місця в бою тощо. Вмотивованість військовослужбовців на активну участь у бойових діях та досягнення успіху залежить від сукупності зовнішніх чинників. Проте, виконання завдань за призначенням військовослужбовцями лише під впливом зовнішніх чинників часто призводить до вигорання – стану фізичного, психічного та емоційного виснаження, який спричиняє надмірний та хронічний стрес. Тому в процесі розвитку мотивації військовослужбовців важливо формувати їх внутрішні мотиви (потреби) та впливати на їх переконання і цінності бо вони є важливими рушійними силами мотивації.

В умовах триваючої війни в ієрархії суспільно-значущих цінностей українців Перемога України займає провідне місце. Тому дуже важливо щоб ця суспільно-значуща ціль була й особистісно значущою для кожного військовослужбовця та активізувала внутрішню мотивацію військовослужбовців до переможної боротьби у війні.

Метою статті є розробка методологічних засад щодо формування “образу Перемоги” у свідомості українських військовослужбовців під час війни, як фактору що впливає на розвиток внутрішньої мотивації та створення на цій основі комунікативної моделі для суб’єктів

проведення внутрішньо-комунікаційної роботи у Збройних Силах України.

Теоретичне підґрунтя. Під час триваючої війни “образ Перемоги” формується та поширюється в українському воєнно-політичному дискурсі воєнно-політичним керівництвом України, експертами та лідерами суспільної думки.

Проблематика формування “образу Перемоги” досліджувалася в межах міждисциплінарного дискурсу гуманітарних наук, а саме: психології, філософії, політології, історії, мовознавством а також фахівцями та експертами в області безпеки й оборони.

Українські вчені та експерти в області безпеки й оборони та громадсько-політичні діячі Горбулін (2017), Парахонський & Яворська (2019), Бадрак & Горбулін (2023) та ін. починаючи від початку російсько-української війни у 2014 році моделювали можливі сценарії Перемоги України у військовому та політичному аспектах.

В межах мовознавства започатковано дослідження комунікативного потенціалу та особливостей функціонування “мови Перемоги” дослідницею Супрун (2022), що реалізується в українському медіадискурсі.

Важливим теоретичним підґрунтям цього дослідження є філософські та психологічні розвідки щодо формування “образу Перемоги” у суспільній свідомості учасників війни. У філософських розвідках Хамітов (2022), Шевченко, Зозуля, Храпач & Лепіхов (2022), Малик (2023), Маритиненко (2024), Холох (2024) розкрили сутність, зміст, структуру, функції та принципи конструювання “образу Перемоги”. Психологічні аспекти формування “образу Перемоги” прямо чи опосередковано досліджували Жигайло (2022), Олійник & Халіманенко (2024), Франкл (2020) та ін. В межах психологічних розвідок цей образ розглядався у взаємозв’язку із психічними явищами людини – мисленням, почуттями, волею, мотивацією та поведінкою.

“Образ Перемоги” має складну трирівневу структуру та формується в індивідуальній і суспільній свідомості на таких рівнях: концептуальному (світоглядному), особистісному, а також включає в себе компоненти колективного несвідомого людської культури: міфологію та архетипи.

На концептуальному (світоглядному) рівні індивідуальної та суспільної свідомості “образ Перемоги” представляє узагальнене бачення – “образ-ідеал Перемоги” у війні, тому він може за певних обставин сприйматися учасниками війни, як недосяжний. Проте на особистісному рівні “образ Перемоги” стає досяжним бо набуває власного сенсу для кожного українця. Він стає мотивуючим образом тому, що містить сукупність особистих мрій, прагнень та цінностей, які хочуть реалізувати українці в цій війні. Тому такий “образ Перемоги” мотивує учасників війни до боротьби, стає орієнтиром для їх життєдіяльності та наповнює її конкретним смислом. Цей структурний рівень свідомості включає такі підрівні: духовно-моральний, когнітивний (пізнавальний), емоційно-мотиваційний (афективний), поведінковий (конотативний). Наступний структурний компонент “образу Перемоги” містить міфологію пов’язану з “образом Перемоги” – боротьбу “Добра і зла”, “Світла і темряви”. Ця міфологія містить сценарії здобування Перемоги та вселяє віру в її досягнення. А також архетипи колективного несвідомого – Воїна (Героя), Матері, мудрого Правителя та їх тіні, які несуть у собі потужну енергію, що впливає на людей із середини вселяючи віру у власні сили.

На думку Жигайло (2022), Олійника & Халіманенко (2024) та Холох (2024) “образ Перемоги” виконує мотивуючу функцію для учасників війни лише за умови формування у них особистісного виміру цього образу. Належним чином сформований особистісний вимір “образу Перемоги” у свідомості військовослужбовців вселяє віру у власні сили і допомагає сприймати власну щоденну діяльність як крок до Перемоги у війні.

Для розробки комунікативної моделі для формування “образу Перемоги” у свідомості військовослужбовців на особистісному рівні використано “Піраміду Р. Ділтса” (Dilts, 2003). Вона представляє просту наочну модель того, як влаштовані живі системи. Ця модель ефективно використовується в процесі комунікації. Вона відображає логічні рівні комунікації, що дозволяє визначати рівні переконань співрозмовників, впливати на їх формування та створювати рапорт. Використання “Піраміди Р. Ділтса” покращує якість комунікації та впливу, а виявлення

цінностей та переконань співрозмовників дозволяє здійснювати адаптацію стилів спілкування щоб сприяти взаємодії і співпраці. Цей інструмент довів свою ефективність протягом багатьох років його використання в психології, коучингу, маркетингу тощо. Утім він й досі не використовується в процесі внутрішньо-комунікативної роботи у Збройних Силах України.

Методи дослідження. Використано загальнонаукові теоретичні методи: аналіз, синтез, порівняння та узагальнення. А також спеціальний метод – “Піраміду Р. Ділтса” з метою розробки комунікативної моделі для суб’єктів проведення внутрішньо-комунікаційної роботи у Збройних Силах України щодо формування у військовослужбовців “образу Перемоги”. Міждисциплінарний підхід дозволив об’єднати напрацювання цілої низки гуманітарних наук, а саме: соціальну психологію, соціальні комунікації, нейролінгвістичне програмування та філософію війни.

Результати і обговорення. У відповідності до “Піраміди Р. Ділтса” в комунікації можна виокремити 6 ієрархічних рівнів, які виражають певне ставлення людини до світу та логічний рівень її переконань. Тому в процесі комунікації можна виокремити маркери належної сформованості “образу Перемоги” у свідомості військовослужбовців, або ж – недостатньої сформованості цього образу. Для того щоб ефективно використовувати цей інструмент суб’єктам проведення внутрішньо-комунікаційної роботи необхідно вміти визначати логічні рівні комунікації за “Пірамідою Р. Ділтса” (Dilts, 2003). Далі йде опис того, як можуть проявлятися в комунікації маркери сформованості, або недостатньої сформованості “образу Перемоги” у свідомості військовослужбовців та надано рекомендації щодо його формування, або коригування у разі необхідності.

1. Рівень оточення. На цьому рівні в комунікації виражаються обставини та умови на які доводиться реагувати військовослужбовцям, або пристосовуватися до них. Йдеться про зовнішні фактори (контекст), що впливають на окремого військовослужбовця, особовий склад

Збройних Сил України загалом, державу Україну, а також на українське населення і визначають стан суспільної свідомості.

Наявність позитивних маркерів в комунікації військовослужбовців про поточний стан справ може проявлятися в їх висловлюваннях про: згуртованість військових підрозділів, населення та воєнно-політичного керівництва держави; достатню кількість та надійність зброї; достатню кількість та якісний військовий одяг і амуніцію; задоволеність харчуванням, грошовим забезпеченням; про належне соціальне та інші види забезпечення військовослужбовців тощо. Подібні висловлювання свідчать про відсутність проблемних питань на цьому досвідному рівні, що опосередковано вказує на сформованість в них “образу Перемоги”, або ж на відсутність перешкод для його формування, що відбувається на вищих логічних рівнях.

Проте наявність негативних висловлювань про поточний стан справ свідчить про відсутність у військовослужбовців “образу Перемоги”, незадовільний морально-психологічний стан підрозділу та наявні проблемні питання, які потребують вирішення.

Отже, на цьому логічному рівні комунікації виражається загальний контекст в якому перебувають військовослужбовці, який може сприяти, або перешкоджати подальшому формуванню “образу Перемоги”.

2. Рівень поведінки. Цей логічний рівень комунікації виражає конкретні вчинки до яких вдаються військовослужбовці в певному контексті чи оточенні. Наприклад, це дії, які можуть стосуватися: службової діяльності та бойової підготовки військовослужбовців, їх активності, наполегливості чи пасивності; згуртованості чи роз’єднаності бойових команд тощо. Наявність позитивних висловлювань під час комунікації про конкретні дії та вчинки військовослужбовців свідчить про відсутність проблемних питань на рівні поведінки. Це опосередковано вказує на сформованість “образу Перемоги”, або ж на відсутність перешкод для його формування на вищих логічних рівнях свідомості. Ще одним критерієм сформованості “образу Перемоги”, або відсутності перешкод щодо

його формування може бути належне виконання військовослужбовцями своїх функціональних обов'язків.

Проте наявність негативних висловлювань про конкретні дії та вчинки українських військовослужбовців вказує на існування невирішених проблемних питань на цьому логічному рівні. Маркером відсутності сформованості “образу Перемоги” буде ухиляння військовослужбовця(-ів) від виконання своїх функціональних обов'язків, або неналежне їх виконання. Наявність таких маркерів також вказує на високу вірогідність проблемних питань на вищих логічних рівнях свідомості, які заважатимуть формуванню “образу Перемоги” у військовослужбовця(-ів).

3. Рівень стратегій (здібностей / можливостей) – це рівень комунікації про досвід в якому проявляються навички, уміння та ментальні стратегії, що спрямовують поведінку військовослужбовців. Це також комунікація про формування стратегій діяльності на основі певної поведінки, здібностей, вмінь і навичок пов'язаних між собою та реалізація цих стратегій у відповідних умовах.

Спосіб інтерпретації військовослужбовцями свого досвіду на цьому логічному рівні комунікації може опосередковано вказувати на сформованість в них у свідомості “образу ворога” та “образу Перемоги”. Ці образи формуються паралельно, адже перемагають у війні ворога. Йдеться про те, що військовослужбовці розповідають як вони свідомо і наполегливо розвивають свої навички та опановують способи досягнення складних цілей в бойових умовах для знищення ворога під час військової підготовки та в умовах бойових дій. Тобто вони розвивають свої професійні якості не лише з метою відповідати військовим професійним стандартам, але й для того щоб мати перевагу над ворогом в бойових умовах, а також щоб здобути Перемогу у війні.

Маркери, що опосередковано вказують на сформованість “образу ворога” та “образу Перемоги” у свідомості українських військовослужбовців на рівні **здібностей** і **стратегій** в комунікації можуть бути такими: *“Наш підрозділ добре підготовлений і злагоджений. Це запорука збереження нашого життя та успішного виконання*

завдань за призначенням, що крок за кроком наближує нас до Перемоги у цій війні”.

Маркери, що вказують на відсутність сформованості “образу ворога” та “образу Перемоги” у свідомості військовослужбовців на цьому логічному рівні можуть бути такими: *“Я не розумію навіщо нас так виснажують під час бойової підготовки”, “Мобілізовані не можуть опанувати певну військову спеціальність за такий короткий термін підготовки”* тощо.

Окрім відсутності сформованих “образів ворога та Перемоги” подібні негативні висловлювання вказують на існування невирішених проблемних питань на вищих логічних рівнях свідомості, а саме на рівні **переконань** та **цінностей**, **ідентичності** та **місії**. Адже людська поведінка, вміння та стратегії визначаються та спрямовуються зазначеними логічними рівнями свідомості, які є по-суті світоглядними. Тобто переконання, цінності, ідентичність та місія військовослужбовців не спостерігаються у досвіді, але повністю визначають його.

4. Рівень переконань та цінностей – це рівень комунікації, який виражає судження, вірування та знання на які військовослужбовці покладаються і які підсилюють їх можливості. Це рівень комунікації, що виражає переконання і цінності військовослужбовців, які мотивують, сприяють виконанню діяльності за призначенням, або ж негативно впливають на це. На рівні **переконань** і **цінностей** виражається внутрішнє світовідчуття та світорозуміння військовослужбовця. Саме на цьому логічному рівні комунікації конструюються “образ ворога” та “образ Перемоги” у свідомості військовослужбовців. Ці образи формуються на аксіологічній основі та в бінарних опозиціях.

Розглянемо детальніше “образ Перемоги” в аспекті цінностей, що його наповнюють під час війни. Українці захищають від знищення такі цінності: Батьківщину – свій рідний край, місце свого життя, що успадковане від пращурів; українську мову, яка визначає спосіб мислення, сприйняття та тлумачення оточуючого світу; українську культуру та історію, що є підвалинами для формування і розвитку національної (громадянської) ідентичності українців.

Цінності мотивують людину діяти у напрямку їх реалізації. Під час криз людині притаманно переосмислювати ієрархію цінностей. Те що до війни здавалося очевидним і безсумнівним, під час війни стало під загрозою знищення ворогом. Тому переосмислення засадових українських цінностей, які опинилися під загрозою знищення ворогом під час війни, спонукають військовослужбовців до активних дій, щодо їх збереження.

Таким чином, позитивними маркерами в комунікації військовослужбовців буде емоційне та шанобливе ставлення військовослужбовців до цінностей українства і свідомий вибір захищати їх. При цьому у військовослужбовців також буде сформований “образ ворога”, адже цінності захищають від того хто хоче їх знищити. Проте комунікативними маркерами, що вказують на відсутність сформованого “образу Перемоги” у свідомості військовослужбовців буде декларування особистих цінностей та потреб, а також знецінення вищеписаних національних цінностей. Військовослужбовець може висловлювати переконання, щось на кшталт того, що його особисто не стосується захист Батьківщини, українського населення, мови, культури та історії. В нього є більш важливі потреби і плани тощо.

5. Рівень ідентичності – це рівень комунікації на якому йдеться про те, ким люди себе усвідомлюють і як себе (та інших) називають. Це почуття самості (глибинний центр і вираз психологічної цілісності індивіда, який об’єднує свідому і несвідому частини психіки та виокремлює індивіда з навколишнього світу) з яким пов’язуються різні переконання, цінності, здібності і відповідна поведінка в різних контекстах.

На цьому логічному рівні комунікації також формується “образ ворога” та “образ Перемоги”. Комунікативними маркерами, що вказують на сформованість “образу Перемоги” у свідомості військовослужбовців буде: вираження гордості бути українцем; прагнення жити в Україні та виховувати дітей українцями; бажання спілкуватися рідною мовою, знати історію, культуру та традиції свого народу; пишатися українським. І головне – все це свідомо захищати під час війни. Важливим є й вираження емоційності. Лють та агресія мають бути спрямовані на

ворога, натомість гордість та почуття любові мають бути спрямовані на українство. Варто зазначити, що відсутність у військовослужбовця почуттів гордості бути українцем означає несформовану в нього національну (громадянську) ідентичність. Сформувати її за короткий термін не вийде, бо це тривалий процес. Проте, перебування такого військовослужбовця в колективі військовослужбовців із сформованою національною (громадянською) ідентичністю, спільні тактичні успіхи на полі бою, а також внутрішньо-комунікаційна робота, що проводиться на належному рівні, позитивно сприятимуть формуванню національної (громадянської) ідентичності у них.

6. Рівень духовності/місії – це рівень комунікації на якому виражаються погляди на світ, сутність і сенс людського життя; усвідомлення спільнотою, групою чи народом свого призначення у світі, напрямку майбутнього розвитку своєї країни, бажаного майбутнього; почуття спорідненості з джерелом сили, розуму (що йде від наших пращурів, Бога чи Вищих сил) потужніших за нас.

На цьому логічному рівні комунікації виражаються: глобальна національна ідея, сенс і призначення існування народу та держави. На цьому логічному рівні комунікації даються відповіді на світоглядні питання: “Навіщо існує у світі така держава, культура, народ?”. На цьому рівні виражаються сенс патріотизму; місія військовослужбовця, підрозділу, держави у війні; стратегічний “образ Перемоги”; “образ Батьківщини”; “образ майбутнього нашої держави” тощо.

В контексті внутрішньо-комунікаційної роботи на цьому логічному рівні комунікації військовослужбовцям потрібно роз’яснювати; стратегічний “образ Перемоги” (цілі України у триваючій війні) та формувати “образ ворога”. Цей процес повинен здійснюватися на історичних прикладах в яких необхідно показати, що росіяни неодноразово чинили агресію щодо українців і є нашими запеклими ворогами; для військовослужбовців важливо нагадувати про те, що українці ведуть визвольну війну; і насамкінець для військовослужбовців потрібно роз’яснити їх особисту місію у цій війні, яка виходить за межі суто цієї війни,

адже українці вже не перший раз виборюють свою свободу і незалежність у війні проти російських агресорів. Важливо підкреслити і продемонструвати на історичних прикладах, що в цій боротьбі ми неодноразово перемагали, тому перемажемо і в цей раз.

Обговорення та роз'яснення цих світоглядних питань є дуже важливим, адже відповідь на них наповнює вищим сенсом діяльність українських військовослужбовців на полі бою. Це сприяє підтриманню мотивації та готовності виконувати належним чином завдання за призначенням. Тому суб'єкти проведення внутрішньо-комунікаційної роботи повинні давати відповіді військовослужбовцям на основні світоглядні питання, на кшталт: *“Заради чого все це відбувається?”* та *“Який сенс в цьому?”*.

Формування смислів для наших військовослужбовців може виражатися в подібних наративах: *“Ми воюємо з ворогом заради мирного майбутнього наших дітей у вільній незалежній Україні з європейським рівнем життям, правами і свободами та демократичними цінностями. Ми продовжуємо боротьбу українського народу з російськими загарбниками, що триває не одне століття. І ми її завершимо нашою Перемогою”*. Якщо подібні наративи висловлюють військовослужбовці то це є маркерами, що свідчать про відданість та їх усвідомлений вибір, а також про їх вмотивованість вищими смислами, ніж особистісні. Натомість, наративи з протилежним змістом, на кшталт: *“Я не розумію навіщо я тут?”*, *“За що ми воюємо?”*, *“Яка мені різниця в якій я буду жити державі?”*, можуть вказувати на не сформованість, або руйнування національної (громадянської) ідентичності і як наслідок втрату вищого сенсу всього того, що потрібно захищати від ворога під час триваючої війни.

Отже, “образ Перемоги” формується у свідомості військовослужбовців насамперед на логічному рівні **цінностей** та **ідентичності**, що втілюються у життя і спостерігаються на досвідних рівнях – **стратегій**, **поведінки** та **оточення** – в конкретних діях і стратегіях спрямованих на знищення ворога та досягнення переваги над ним. А на рівні **духовності** / **місії**

сформований “образ Перемоги” набуває свого остаточного сенсу та завершеності.

Висновки. “Образ Перемоги” України у триваючій російсько-українській війні є одним з факторів, що позитивно впливає на розвиток та підтримання внутрішньої мотивації військовослужбовців Збройних Сил України. У статті розроблено методологічні засади щодо його формування у свідомості українських військовослужбовців під час війни та створено на цій основі комунікативну модель для суб'єктів проведення внутрішньо-комунікаційної роботи у Збройних Силах України. Запропонована комунікативна модель структурує процес комунікації на 6 логічних рівнів. Формується “образ Перемоги” на аксіологічній основі на вищих логічних рівнях комунікації (**цінностей**, **ідентичності** та **духовності/місії**). Проте на рівнях, що спостерігаються у досвіді (**оточення**, **поведінки** та **стратегій**) виражаються існуючі перешкоди на шляху його формування, які необхідно вирішити. Модель “Піраміди Р.Ділтса” подібна до піраміди А. Маслоу в тому, що до вищих рівнів неможливо перейти без задоволення потреб на нижчих. Проте просування вгору стає можливим навіть із частковим задоволенням потреб, або невирішених питань, на нижчих рівнях.

Практичне значення викладених у статті результатів полягає у визначенні чинників, що впливають на внутрішню мотивацію військовослужбовців під час війни. А також у вдосконаленні інструментарію щодо підтримання внутрішньої мотивації для виконання завдань за призначенням. Це сприятиме нарощуванню спроможностей структур психологічної підтримки персоналу щодо формування та підтримання належного морально-психологічного стану військовослужбовців.

Напрямами подальших досліджень є виявлення інших факторів, що впливають на розвиток і підтримання внутрішньої мотивації військовослужбовців під час війни та удосконалення інструментарію щодо її розвитку та підтримання в процесі проведення внутрішньо-комунікативної роботи.

Список використаних джерел

1. Бадрак В., Горбулін В. (2023). Реальний шлях до членства в НАТО: три фактори, що стануть запорукою цього. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3722882-realnij-slah-dolenstva-v-nato-tri-faktori-zaporuki-cogo.html>
2. Горбулін В. П. (2017). *Хроніка передбачень: 2006–2017*. Харків: Фоліо.
3. Жигайло Н. І. (2022). Психологія в умовах війни. Психологія Перемоги. *Вісник ХНУП імені Г. С. Сковороди. Психологія*. Вип. 66. С. 323–333. <https://doi.org/10.34142/23129387.2022.66.22>
4. Малик І. Р. (2023). Перемога у гібридній війні: складний конструкт – складні рішення. *Регіональні студії*. №35. С. 89–94.
5. Мартиненко М. С. (2024). Образ Перемоги як змістовна складова воєнно-політичної свідомості. // *Формування “образу Перемоги” у війнах та воєнно-політичних конфліктах: сучасність та історична ретроспектива: матеріали науково-практичного семінару (Київ, 30.05.2024) / К.: НДЦ ГП ЗСУ. Вип. 1. С. 21–24.*
6. Олійник В. О., Халіманенко С. М. (2024). Перемогти росію чи звільнити Україну: психологічні аспекти образу завершення війни. // *Формування “образу Перемоги” у війнах та воєнно-політичних конфліктах: сучасність та історична ретроспектива: матеріали науково-практичного семінару (Київ, 30.05.2024) / К.: НДЦ ГП ЗСУ. Вип. 1. С. 32–39.*
7. Парахонський Б. О., Яворська Г. М. (2019). Онтологія війни і миру: безпека, стратегія, смисл. монографія. Київ: НІСД.
8. Супрун В. М. (2022). “Мова перемоги” в інформаційному дискурсі війни. *Обрії друкарства*. № 1 (11). С. 131–142.
9. Франкл В. (2022). Людина у пошуках справжнього сенсу. Психолог у концтаборі. Харків: КСД.
10. Хамітов Н.В. (2022). Війна в Україні і новий гуманізм: Давид проти Голіафа. *Освіта і суспільство*. № 4. С. 5.
11. Холох О. І. (2024). Сутність, зміст та структура “образу Перемоги” як складової суспільної свідомості учасників війни. // *Формування “образу Перемоги” у війнах та воєнно-політичних конфліктах: сучасність та історична ретроспектива: матеріали науково-практичного семінару (Київ, 30.05.2024) / К.: НДЦ ГП ЗСУ. Вип. 1. С. 5–9.*
12. Шевченко М. М. (2018). Перемога у війнах постіндустріальної епохи: нові контексти та інтерпретації. *Гілея: науковий вісник*. № 130. С. 321–325.
13. Шевченко М. М. (2024). Феноменологічна модель перемоги: сутність і сучасне підтвердження в умовах російсько-української війни // *Формування “образу Перемоги” у війнах та воєнно-політичних конфліктах: сучасність та історична ретроспектива: матеріали науково-практичного семінару (Київ, 30.05.2024) / К.: НДЦ ГП ЗСУ. Вип. 1. С. 10–14.*
14. Dilts R. (2003). *From Coach to Awakener*. Meta Publications.

References

1. Badrak V., Horbulin V. (2023). Realnyi shliakh do chlenstva v NATO: try faktory, shcho stanut zaporukoioiu tsoho. [Realistic path to NATO membership: three factors that will make it possible]. *Ukrinform*. (in Ukrainian).
2. Horbulin V. P. (2017). *Khronika peredbachen: 2006–2017*. [Chronicle of predictions: 2006-2017]. Kharkiv: Folio. (in Ukrainian).
3. Zhyhailo N. I. (2022). *Psykhologhiia v umovakh viiny. Psykhologhiia Peremohy*. [Psychology in the conditions of war. Psychology of Victory]. *Visnyk KhNUP imeni H. S. Skovorody. Psykhologhiia*. Vyp. 66. S. 323–333. <https://doi.org/10.34142/23129387.2022.66>. (in Ukrainian).
4. Malyk I. R. (2023). *Peremoha u hibrydnyi viini: skladnyi konstrukt – skladni rishennia*. [Victory in hybrid warfare: complex construct - complex solutions]. *Rehionalni studii*. №35. S. 89–94. (in Ukrainian).
5. Martynenko M. S. (2024). “Obraz Peremohy” yak zmistovna skladova voienno-politychnoi svidomosti [Image of Victory as a meaningful component of military and political consciousness] // *Formuvannia “obrazu Peremohy” u viinakh ta voienno-politychnykh konfliktakh: suchasnist ta istorychna retrospektyva: materialy naukovo-praktychnoho seminaru (Kyiv, 30.05.2024) / К.: NDTs HP ZSU. Vyp. 1. S. 21–24*. (in Ukrainian).
6. Oliinyk V. O., Khalimanenko S. M. (2024). *Peremohty rosiu chy zvilnyty Ukrainu: psykhologichni aspekty obrazu zavershennia viiny*. [Defeat russia or liberate Ukraine: psychological aspects of the image of the end of the war] // *Formuvannia “obrazu Peremohy” u viinakh ta voienno-politychnykh konfliktakh: suchasnist ta istorychna retrospektyva: materialy naukovo-praktychnoho seminaru (Kyiv, 30.05.2024) / К.: NDTs HP ZSU. Vyp. 1. S. 32–39*. (in Ukrainian).
7. Parakhonskyi B. O., Yavorska H. M. (2019). *Ontologhiia viiny i myru: bezpeka, stratehiia, smysl* [Ontology of War and Peace: Security, Strategy, and Meaning]: monohrafiia. Kyiv: NISD. (in Ukrainian).

8. Suprun V. M. (2022). "Mova peremohy" v informatsiinomu dyskursi viiny. ["Language of victory" in the information discourse of war] Obrii drukarstva. № 1 (11). S. 131–142. (in Ukrainian).
9. Frankl V. (2022). Liudyna u poshukakh spravzhnoho sensu. Psykholoh u kontstabori [Man in search of true meaning. Psychologist in a concentration camp]. Kharkiv: KSD. (in Ukrainian).
10. Khamitov N.V. (2022). Viina v Ukraini i novyi humanizm: Davyd proty Holiafa. [War in Ukraine and the New Humanism: David vs. Goliath] Osvita i suspilstvo. № 4. S. 5. (in Ukrainian).
11. Kholokh O. I. (2024). Sutnist, zmist ta struktura "obrazu Peremohy" yak skladovoi suspilnoi svidomosti uchashnykiv viiny. [Essence, Content and Structure of the "Victory Image" as a Component of the Public Consciousness of War Participants] // Formuvannia "obrazu Peremohy" u viinakh ta voienno-politychnykh konfliktakh: suchasnist ta istorychna retrospektyva: materialy naukovo-praktychnoho seminaru (Kyiv, 30.05.2024) K.: NDTs HP ZSU. Vyp. 1. S. 5–9. (in Ukrainian).
12. Shevchenko M. M. (2018). Peremoha u viinakh postindustrialnoi epokhy: novi konteksty ta interpretatsii. [Victory in the wars of the post-industrial era: new contexts and interpretations] Hileia: naukovyi visnyk. № 130. S. 321–325. (in Ukrainian).
13. Shevchenko M. M. (2024). Fenomenologichna model peremohy: sutnist i suchasne pidtverdzhennia v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny [Phenomenological Model of Victory: Essence and and modern confirmation in the context of the russian-Ukrainian war] // Formuvannia "obrazu Peremohy" u viinakh ta voienno-politychnykh konfliktakh: suchasnist ta istorychna retrospektyva: materialy naukovo-praktychnoho seminaru (Kyiv, 30.05.2024) / K.: NDTs HP ZSU. Vyp. 1. S. 10–14. (in Ukrainian).
14. Dilts R. (2003). From Coach to Awakener. Meta Publications.

Summary

METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF FORMING THE "IMAGE OF VICTORY" IN THE CONSCIOUSNESS OF UKRAINIAN SERVICEMEN DURING AGAINST OF RUSSIAN ARMED AGGRESSION

Kholokh O. *Candidate of Philosophical Sciences, Senior Researcher, Research Center Humanitarian Problems of the Armed Forces of Ukraine*

Purpose of the article is to reveal the "image of Victory" as a factor in forming and maintaining the internal motivation of military personnel to perform assigned tasks in wartime.

Methods. In the research process, general scientific methods were used: analysis, synthesis, comparison, and generalization. The special method "R. Dilts Pyramid" was used to develop a communicative model for subjects of internal communication work in the Armed Forces of Ukraine to form an "image of Victory" among military personnel. The interdisciplinary approach allowed combining the achievements of: social psychology, social communications, neurolinguistic programming, and the philosophy of war.

Originality. The main results of the study are that the "image of Victory" becomes a motivator for servicemen only if its personal dimension is formed. To form the personal dimension of the "image of Victory" in the minds of servicemen, was developed a communicative model based on the "R. Dilts Pyramid" for subjects of internal communication work in the Armed Forces of Ukraine. The main criteria for the formation, or lack thereof, of this image in servicemen are provided and recommendations are made regarding the features of its formation.

Conclusion. The practical significance of the results presented in the article lies in revealing and understanding the factors that influence the internal motivation of military personnel during the war. As well as in improving the tools for maintaining internal motivation to perform assigned tasks.

Keywords: motivation; "image of Victory"; formation of "image of Victory"; "R. Dilts Pyramid"; internal communication work in the Armed Forces of Ukraine.

Дата надходження рукопису/Date of receipt of the manuscript: 13.05.25.

Дата прийняття рукопису/Date of acceptance of the manuscript: 02.07.25.

© 2025. This work is under an open license CC BY-NC 4.0.