

УДК 159.923

DOI <https://doi.org/10.30970/PS.2022.spec.7>

## ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ВЕКТОР СТАНОВЛЕННЯ МІЛІТАРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНЦІВ

**Валерій Зливков**

*Інститут психології імені Г.С. Костюка  
Національної академії педагогічних наук України,  
вул. Паньківська, 2, м. Київ, Україна, 01033  
e-mail: vzlivkov@gmail.com*

У статті обґрунтовано актуальність проблеми мілітарної ідентичності українців. Встановлено, що актуальність наукового аналізу проблем ідентичності, зокрема моральної та мілітарної, зумовлена її соціальною значущістю, зв'язком із ключовими соціальними процесами, однак з 24 лютого 2022 року вона набула для українців нових, особистісних сенсів. Мілітарну ідентичність визначено як багатовимірне поняття, ключовими компонентами якого є патріотизм, агресивність, войовничість та колективізм, а моральну – як базовану на певних моральних рисах, серед яких найважливішими є справедливість, героїзм, альтруїзм та духовність. Доведено, що з теоретичної точки зору концепція мілітарної ідентичності часто виражається у термінах на кшталт «культура», «настановлення», «цінності» та «мотивація», її також можна описати за допомогою теорії соціальної ідентичності. Для реалізації мети дослідження ми обрали методики «Шкала ідентичності військових» (WIS-6), «Опитувальник емоційної регуляції» (ERQ), а також здійснили метааналіз наукових публікацій, присвячених мілітарній та моральній ідентичності військових різних країн світу, у тому числі й Євросоюзу, де у другій половині 20-го століття були військові дії. Емпіричне дослідження реалізоване на базі госпіталів ветеранів війни та реабілітаційних центрів для цивільних, які постраждали від Російсько-Української війни. Особливу увагу приділено опитуванню цивільних осіб, які на час війни виїхали в країни Євросоюзу (у нашому дослідженні їх частка становить 29,31% від досліджуваних цивільних респондентів). За результатами емпіричного аналізу встановлено, що позитивне ставлення до Збройних сил України найбільше демонструють цивільні та військові в Україні, натомість ті, хто виїхав в країни ЄС на початку війни, виявляють помірне ставлення до української армії. Шкали опитувальника WIS-6 позитивно корелюють зі шкалою «когнітивна переоцінка» методики ERQ, тобто позитивне ставлення до ЗСУ в умовах війни, усвідомлення значущості потужної армії для перемоги пов'язане із пошуком засобів напрацювання відстороненого ставлення до своєї активності, переосмислення або нового тлумачення ситуації. Доведено, що під час когнітивної переоцінки відбувається не зниження емоційної експресії, а переструктурування емоційної відповіді, що загалом властиве українцям навіть в умовах активної фази війни.

*Ключові слова:* мілітарна ідентичність, моральна ідентичність, наратив, наративна ідентичність, особистість, Російсько-Українська війна.

**Постановка проблеми.** Актуальність наукового аналізу проблеми ідентичності, зокрема моральної та мілітарної, зумовлена її соціальною значущістю, зв'язком із ключовими соціальними процесами, однак з 24 лютого 2022 року вона набула для українців нових, особистісних сенсів. Війна – це більше колективний, а не індивідуальний досвід, тому не можна ігнорувати руйнування соціальних світів, ідентичності та історії людей. Військові засоби традиційно асоціюються з жорсткою силою, тоді як інструменти публічної дипломатії асоціюються з м'якою силою, а економічні засоби належать до м'якої або жорсткої

сили залежно від контексту. Незважаючи на значне посилення публічної дипломатії Москви, в Україні приблизно в той час ці зусилля не змінили і не могли докорінно змінити психологічне середовище у відносинах Москви з Києвом, оскільки проєктована ідентичність за своєю суттю була несумісною з одним із основних дискурсів ідентичності України. Дослідники м'якої сили часто відзначають зв'язок між м'якою силою та ідентичностями («нам подобаються ті, хто схожий на нас»). У цьому контексті науковці використали такі поняття: «розрив колективного почуття ідентичності», «культурна втрата», «соціальні страждання». Однак зазвичай наголос робиться на психотерапевтичних та психосоціальних втручаннях щодо постраждалих від війни, а на відмінностях в ідентичностях, зокрема й у мілітарній, практично ніхто не акцентує увагу.

**Аналіз наукових досліджень.** З теоретичного погляду концепція мілітарної ідентичності часто виражається у термінах на кшталт «культура», «настановлення», «цінності» та «мотивація». Її також можна описати за допомогою теорії соціальної ідентичності. За Г. Таджфелом і Дж. Тернером, люди класифікують інших як приналежних до різних груп, а потім приймають ідентичність групи, до якої вважають себе належними, зрештою, порівнюючи цю групу з іншими. На думку Г. Таджфела, кожна людина має потребу у позитивній соціальній ідентичності, яка є результатом соціального порівняння власної та чужої груп: «Позитивна соціальна ідентичність може бути досягнута у більшості випадків тільки через відповідні міжгрупові соціальні порівняння. Якщо військовослужбовець високо оцінює статус збройних сил і пишається своєю приналежністю до них, то це буде сприяти створенню позитивної мілітарної ідентичності. Якщо особа з дитинства виховується як майбутній військовий, вороже налаштований до будь-чого, відмінного від її культури, у неї формується мілітарна ідентичність, яка, зрештою, витісняє цивільну особистісну ідентичність. Відповідно, мілітарна ідентичність може бути стійкою (виражена самоідентифікація з позицією воїна, а не цивільної особи, війна вважається образом і сенсом життя), ситуативною (залежно від контексту ідентифікація себе з військовими та цивільними, що базується на пріоритеті особистих інтересів) та несформованою (відсутність прихильності або слабка прихильність до армійського досвіду зазвичай характерна для солдатів строкової служби). Загалом мілітарна ідентичність – це багатовимірне поняття, ключовими компонентами якого є патріотизм, агресивність, войовничість та колективізм» [6].

Зміни в західній культурі позначилися на формуванні і верифікації ідентичності, оскільки складність «Я» індивіда збільшується разом із кількістю груп, організацій та ідентичностей, доступних йому. Тобто в індивідуалістичних культурах сформувати мілітарну ідентичність набагато складніше, ніж у колективістичних.

Моральна ідентичність базується на теорії соціальної ідентичності і має два основних виміри – інтерналізацію та символізацію – та є важливим аспектом Я-концепції особистості [1]. Інтерналізація належить до важливості «бути моральним для самого себе», а символізація фіксує важливість того, щоб оточуючі бачили в іншій людині моральну особистість. Під час війни моральна ідентичність та індивідуальна політична ідеологія можуть взаємодіяти, щоб мотивувати поведінку не лише військових, а й цивільних.

Наративна ідентичність – це особистісна ідентичність, яка формується під час прочитання свого життя у світлі творів культурного середовища, які виступають посередниками цього процесу, при цьому читання є діяльністю, що опосередковує текст і життя людини в цілому. Таким чином, через наратив людина осмислює та конструює своє життя. Вважається, що автором концепту наративної ідентичності є П. Рікер, на думку якого, тенденція західної філософії до досягнення прозорості «Я», розпочата рефлексивною філософією Декарта і фактично продовжена І. Кантом, повинна бути доповнена вивченням сутності самого розуміння. Концепція наративної ідентичності П. Рікера представлена

в книзі «Сам як інший» [10], де особистість, що розглядається як персонаж оповідання, не є чітко виділеною реальністю власного досвіду, адже вона причетна до динамічної ідентичності, властивої розказаній історії. Подібну ідентичність персонажа, яку створює оповідання, П. Рікер називає оповідною (нарративною) ідентичністю, а також особистісною ідентичністю, що розглядається в її тривалості та динаміці, і вважає її характеристикою і вирішенням проблеми часового виміру як «Я», так і самої дії.

Сучасна мілітарна ідентичність українців базується на постпам'яті (англ. *postmemory*). Термін був уперше використаний у 1992 році в есе «The Generation of Postmemory» професором Колумбійського університету Маріанною Хірш. У своїх роботах вона розглядає та аналізує життя дітей, чії предки були жертвами Голокосту. Професор кафедри літератури Лейденського університету Ернст ван Альфен вважає, що якщо виходити з контексту досліджень Голокосту, то жодної наступності між першим та другим поколінням немає. Наступні покоління зазнають надзвичайно сильного розриву з минулим своїх батьків та батьків своїх батьків. Для них надзвичайно важливими є спогади про довоєнне життя десь у Європі, після якого їхнім батькам довелося пройти через «Аушвіц» чи інший табір смерті. Зазвичай вони від'їжджали потім до США, Австралії та інших країн, але були травмовані і зберігали повну мовчанку про свій досвід Голокосту. На думку ван Альфена, для позначення феномена набагато більше підходить термін «постпам'ять», або «після пам'яті» (два слова). Також існують думки, що «постпам'ять» синонімічна до категорій «культурна пам'ять», «соціальна пам'ять». Проте постпам'ять враховує саме тимчасовий вимір відмінностей між поколіннями та описує відносини між ними, що розглядаються у термінах «культурна пам'ять», «соціальна пам'ять». Постпам'ять описує зв'язок другого покоління з сильним, часто травматичним досвідом, який передував їхньому народженню, але який, попри це, був переданий їм настільки глибоко, що, здається, сам по собі є спогадом [5]. Зосереджуючись на пам'яті про Голокост, це есе пояснює генерацію постпам'яті та її залежність від фотографії як основного засобу передачі травми через покоління. Завдяки визначенню тропів, які найпотужніше мобілізують роботу постпам'яті, досліджується роль сім'ї як простору передачі та функція статі як ідіоми пам'яті.

Постпам'ять як культ спадщини прагне відтворення історичного досвіду в афектах репрезентації, при цьому дискурси колективної пам'яті та травми ефективно пригнічують і підміняють реальну пам'ять історичного досвіду. Саме так обґрунтовується перехід від ретротопії до утопії, від спадщини до забуття. Ретротопія – форма забуття, яка змушує заглиблюватися в минуле не заради минулого, а для того, щоб забути жахливе майбутнє, що насувається. Сучасні цифрові медіа створюють новий порядок пам'яті, що базується на цінності конкретного та одиничного. Історія починає зближуватися з пам'яттю, майже збігаючись з фрагментами і зв'язками, що нескінченно змінюються, які пам'ять організує не за принципом причини і наслідку, а за асоціаціями і подобами. Ця програма несе у собі риси двох принципово різних способів розпорядження спадщиною – ретротопії (мета – врятувати та зберегти) та утопії (відпустити минуле, звільнитися від нього). У нашому випадку феномен постпам'яті має стосуватись попередніх спроб України боротися за свою незалежність – УНР, післявоєнний період, початок 90-х років ХХ століття тощо [11].

Натепер у соціально-психологічному вимірі громадської думки часто трапляються такі феномени, як гонка ефектів інтерв'юєрів та ефектів соціальної бажаності, звідси походить формування комплексу меншовартості українців (порівняно, наприклад, з Ізраїлем) та поляризації громад Заходу та Сходу України (зокрема, це виявляється у мовному питанні та орієнтації на громади Заходу України у контексті релігійності). Залежно від конкретної групової ідентичності ідеї та почуття щодо неї можуть бути створені та організовані різними способами. Оскільки ознаки соціальної ідентичності можуть впливати на настановлення

та поведінку навіть за відсутності інформації, що стосується настановлень, Н. Price [9] робить висновок, що соціальну ідентифікацію можна розглядати переважно як форму самопереконавання. Усі основні чинники, які впливають на підтримку війни суспільством, а отже й посилення мілітарної ідентичності, тобто жертви заради високих цілей, уявні, ймовірні цілі конфлікту, можливі шанси на успіх, основні події, пов'язані з війною, і ступінь консенсусу еліти щодо переваг війни, передаються через ЗМІ. Коли рівень підтримки населенням війни змінюється, ця зміна є відповіддю на нову інформацію, якою охоплено якнайбільше людей. Напрямок змін має залежати, крім іншого, від змісту та контексту висвітлення новин. Однак висвітлення новин про війну рідко вивчається у науковій, зокрема психологічній, літературі. У жодному дослідженні не розглядалося питання про те, чи може висвітлення новин вплинути на підтримку війни усім населенням (в умовах України – територіально всією Україною), коли більшість громадян здебільшого уникає неприємних новин.

Альтернативна перспектива базується на гіпотезі внутрішньої групи та позагрупи, яку популяризував R.L. Coser і спочатку сформулював у 1908 році Г. Зіммель. Ця гіпотеза припускає, що збільшення помітності зовнішнього конфлікту має сприяти внутрішній згуртованості населення. Значна кількість емпіричної літератури, створеної психологами, соціологами та антропологами з 1950-х років, послідовно підтримує основну думку про те, що за певних умов зовнішня загроза сформованій групі посилює солідарність членів групи, при цьому підтверджується важливість внутрішньогрупових процесів для формування широкого спектру політичних поглядів і моделей поведінки. Однак, наскільки нам відомо, жодне дослідження ще не продемонструвало того, як соціальна ідентифікація може вплинути на динаміку сукупної громадської думки. Позитивний вплив на свою країну, який зазвичай називають патріотизмом або націоналізмом, є центральною цінністю, яка структурує ставлення громадян до військового конфлікту [3]. Країни Євросоюзу вирізняються сильним почуттям спільної національної ідентичності, яке поділяють різні підгрупи, але суспільна підтримка війни також формується етнічними прихильностями (А. Berinsky) і упередженнями щодо чужих груп. Висвітлення новин, пов'язаних із війною, має посилити ці групові прихильності таким чином, щоб стимулювати латентний патріотизм. Як ми його використовуємо? Праймінг охоплює низку пов'язаних явищ, які можуть тимчасово підвищити доступність або застосовність афективних, когнітивних або мотиваційних конструкцій, що зберігаються в довгостроковій пам'яті [2]. Праймінг може активувати соціальні ідентичності прямо (наприклад, коли фраза «мої земляки – українці» активує конструкт «українці») або опосередковано через розповсюджену активацію (як коли «паляниця, борщ і калина» активує конструкт «українка/українець»). Сучасні дослідження свідчать про те, що праймінг зазвичай відбувається автоматично. Він викликаний сприйнятими стимулами, але відбувається без усвідомлення тих, хто праймінгується. Оскільки вплив засобів масової інформації може привертати увагу громадян таким чином, що робить певну групову ідентичність помітною, висвітлення новин військового часу, напевно, посилить помітність національної ідентичності. Незалежно від того, чи є новини позитивними чи негативними щодо військової кризи, висвітлення війни в новинах незмінно наголошує на конфлікті між «нами» та «ними». Отже, коли громадян просять сформулювати думку про війну, вони базуються на актуальних потребах внутрішньої (своїї) групи.

У нашому дослідженні поняття мілітарної ідентичності розкривається задля створення її моделі, яка в пілотному вигляді нині впроваджується на базі Черкаського клінічного госпіталю ветеранів війни.

**Мета статті** – теоретично та емпірично проаналізувати євроінтеграційний вектор становлення мілітарної ідентичності українців.

**Виклад основного матеріалу та результатів досліджень.** Для реалізації мети дослідження ми обрали методики «Шкала ідентичності військових» (WIS-6), «Опитувальник емоційної регуляції» (ERQ), а також здійснили метааналіз наукових публікацій, присвячених мілітарній та моральній ідентичності військових різних країн світу, у тому числі й Євросоюзу, де у другій половині 20-го століття були військові дії. Емпіричне дослідження реалізоване на базі госпіталів ветеранів війни та реабілітаційних центрів для цивільних, які постраждали від Російсько-Української війни. Всього в опитуванні взяли участь 127 осіб (64,56% чоловічої та 35,44% жіночої статі; 54,33% військових і 45,67% цивільних). Окрему увагу ми приділили опитуванню цивільних осіб, які на час війни виїхали в країни Євросоюзу. У нашому дослідженні їх частка становить 29,31% від досліджуваних цивільних респондентів. Результати опитування за методиками представлено у таблиці.

Таблиця

**Особливості компонентів мілітарної ідентичності військових і цивільних українців**

Показники	Військові	Цивільні в Україні	Цивільні у країнах ЄС
Особисте позитивне ставлення до ЗСУ (WIS-6)	8,34±2,11	9,38±1,81	5,21±2,19
Ставлення суспільства до ЗСУ (WIS-6)	8,16±1,19	9,32±1,67	6,37±0,32
Значущість служби в ЗСУ (WIS-6)	8,32±2,02	6,49±1,38	5,17±1,73
Когнітивна переоцінка (ERQ)	4,37±1,19	5,05±2,91	5,38±1,92
Пригнічення емоцій (ERQ)	9,31±0,88	4,31±1,94	7,44±0,99

Як показано у таблиці, позитивне ставлення до Збройних сил України найбільше демонструють цивільні та військові в Україні, натомість ті, хто виїхав у країни ЄС на початку війни, виявляють помірне, а частіше й негативне ставлення до української армії, нерідко звинувачуючи її у своїх проблемах. Подібна ситуація складається й щодо ставлення суспільства до ЗСУ: якщо українське суспільство переважно довіряє армії, то переселенці, зокрема до Німеччини (3,89), Франції (4,75), Іспанії (5,01), досить скептичні у своїх настановленнях. Звідси впливає ймовірно підтвердження гіпотези про зв'язок мілітарної ідентичності з соціальною: якщо у соціумі створюється негативний образ ЗСУ, то й мешканці цієї країни, навіть якщо вони нещодавно переїхали туди з України, переймають подібне ставлення. Інша ситуація складається у Польщі (7,38), Чехії (8,05), Литві (8,36), де ЗМІ створюють позитивний образ української армії, відповідно й рівень довіри до неї мешканців достатньо високий. Шкали опитувальника WIS-6 позитивно корелюють зі шкалою «когнітивна переоцінка» методики ERQ (при  $r=0,607$ ,  $r=0,753$ ,  $r=0,638$ ), тобто позитивне ставлення до ЗСУ в умовах війни, усвідомлення значущості потужної армії для перемоги пов'язане із пошуком засобів напрацювання відстороненого ставлення до своєї активності, переосмислення або нового тлумачення ситуації. Під час когнітивної переоцінки відбувається не зниження емоційної експресії, а переструктурування емоційної відповіді, що загалом властиве українцям навіть в умовах активної фази війни.

Окрім власне емпіричного дослідження, ми проаналізували 72 наукові публікації, присвячені мілітарній та моральній ідентичності військових США, Китаю, Ізраїлю, Норвегії, Боснії та Герцеговини. За результатами емпіричного дослідження ми виділили такі характеристики мілітарної ідентичності, як патріотизм, отримання задоволення від участі у бойових діях, ставлення до армії як до другої родини, командна згуртованість, колективізм, ідентифікація себе з захисником знедолених, героїзм, деіндивідуалізація, агресивність. Як виявилось, в жодному дослідженні насильство, а особливо в контексті цивільних

осіб, не згадувалося [8]. У цьому контексті моральна ідентичність базується переважно на панівній ролі захисника та героїзмі, саме тут є її основний перетин із ідентичністю мілітарною. Іншими її компонентами є підвищене відчуття справедливості, милосердя, чесність, духовність. Вмовірно, саме насадження власних духовних цінностей у захисників інших та деіндивідуалізація зумовлюють антинормативну поведінку, яка у російських окупантів набула крайніх форм насильства.

Базуючись на дослідженнях J. Haidt, J. Graham, C. Joseph, ми визначили п'ять таких ключових моральних постулатів, які принципово відрізняються у росіян та українців як представників різних моральних ідеологій: страждання і шкода – турбота і співчуття; справедливість і нерівність; лояльність до своєї групи, самопожертва заради своєї групи; послух, повага та належне виконання ролей; цнотливість та контроль над бажаннями [4].

Доведено, що представники консервативної моральної культури, потрапляючи в іншу – ліберальну культуру, намагаються утвердити свою культуру засобами, принципово протилежними до їхніх моральних переконань, оскільки всі зазначені моральні постулати стосуються виключно поведінки в середині їхньої моральної культури. Тобто потрібно виявляти турботу, співчуття, справедливість, повагу, контроль над бажаннями виключно стосовно членів своєї групи, натомість щодо іншої (у даному випадку ліберальної української) завдавати страждання, спричинювати матеріальну та фізичну шкоду, акцентувати на нерівності, негативному ставленні, неповазі та не контролювати свої агресивні, деструктивні бажання.

За результатами дослідження D.P. McAdams встановлено, що консерватори розповідали історії, у яких влада дотримується суворих правил, а головні герої наполягають на цінності самодисципліни, однак не особистої, а колективної відповідальності (звідси й аморальна, руйнівна поведінка окупантів без натяку на відчуття провини, коли відповідальність за свої дії переноситься на інших – ворога чи свою владу), тоді як ліберали згадували автобіографічні сцени, в яких діють головні герої, як вони виявляють емпатію, вчаться відкриватися новим людям та адаптуватися до нового досвіду [7]. Росіяни часто наголошують на своїй релігійності – вірності християнській вірі, що відповідає логіці консервативної моральної культури, де віра до своєї влади настільки велика, що «богом» стає правитель країни, він уособлює владу, яка вважається «божественною», а отже, єдино правильною. Натомість для ліберальної української культури властива чутливість до людських страждань та соціальної справедливості, влада не ідеалізується, а людські гармонійні стосунки становлять значну цінність. Як вже зазначалося, у представників ліберальної та консервативної моральної ідеології різне ставлення до власного життєвого досвіду. Якщо перші можуть його інтегрувати та відобразити у своїх життєвих наративах (найновішим прикладом є створення відкритого «Словника війни» за редакції Остапа Сливинського), то другі принципово заперечують свій травматичний досвід, вважаючи його аморальним, а отже й таким, що має бути витісненим зі свідомості, щоправда, мораль у їхньому випадку поширюється на вузьке коло осіб – прихильників цієї ж ідеології.

**Висновки.** Отже, наративна психологія в контексті теорії особистісної ідентичності дедалі більше стає популярною, її теоретичні розвідки підтверджуються психодіагностичними опитувальниками, а результати діагностики зумовлюють актуалізацію наративних і дискурсивних психотерапевтичних практик. У наративах війни важливого значення набувають мілітарна та моральна ідентичності військових, які беруть участь у бойових діях на території інших країн. Ми визначаємо мілітарну ідентичність як багатомірне поняття, ключовими компонентами якого є патріотизм, агресивність, войовничість та колективізм, а моральну – як базовану на певних моральних рисах, серед яких найважливішими є справедливість, героїзм, альтруїзм та духовність. В Україні мілітарна ідентичність

формується лише на базі нерозривного зв'язку національної ідентичності та патріотизму. Натепер актуальним є створення суспільством єдиного нарративу війни. Зокрема, це робиться шляхом впровадження так званої білої пропаганди, коли ворог зображається як варвар, нечесний і жорстокий, з яким слід нещадно боротися, при цьому біла пропаганда завжди базується на реальних, правдивих, неспотворених фактах. Важливо, щоб цей нарратив був спільним для всієї країни, де проживають постраждалі від воєнних дій. Саме нарратив війни буде основою для психоедукаційних втручань, з яких починається надання психологічної допомоги людям, які зазнали численних травмивних втрат. Сьогодні нарративи війни є фрагментарними, часто неузгодженими між собою. Ми ж стверджуємо, що ключовим моментом у їх об'єднанні буде створення психологічного образу загарбника, де ключовими аспектами будуть мілітарна та моральна його ідентичності.

Перспективним напрямом дослідницької діяльності є порівняння мілітарних і моральних нарративів росіян та українців, лонгітюдний аналіз впливу образу російського загарбника на становлення повоєнної ідентичності цивільних мешканців України різних статей та віку.

#### Список використаної літератури

1. Aquino K., Reed A. The self-importance of moral identity. *Journal of personality and social psychology*. 2002. Vol. 83 (6). P. 1423–1440.
2. Berinsky A.J. Assuming the costs of war: Events, elites, and American public support for military conflict. *The Journal of Politics*. 2007. Vol. 69 (4). P. 975–997.
3. Coser R.L. A home away from home. *Social Problems*. 1956. Vol. 4 (1). P. 3–17.
4. Haidt J., Graham J., Joseph C. Above and below left–right: Ideological narratives and moral foundations. *Psychological Inquiry*. 2009. Vol. 20 (2–3). P. 110–119.
5. Hirsch M. The generation of postmemory. *Poetics today*. 2008. Vol. 29 (1). P. 103–128.
6. Johansen R.B., Laberg J.C., Martinussen M. Military identity as predictor of perceived military competence and skills. *Armed Forces & Society*. 2014. Vol. 40 (3). P. 521–543.
7. McAdams D.P. The psychology of life stories. *Review of General Psychology*. 2001. Vol. 5. P. 100–122.
8. Moriarty J., Parks M. Storying Autobiographical Experiences with Gender-Based Violence: A Collaborative Autoethnography. *Journal of Autoethnography*. 2022. Vol. 3(2). P. 129–143.
9. Price H.E. An effective way to teach and rehearse: Research supports using sequential patterns. *Update: Applications of Research in Music Education*. 1989. Vol. 8 (1). P. 42–46.
10. Ricoeur P. Mémoire, histoire, oubli. *Esprit*. 2006. Vol. 3. P. 20–29.
11. Zaller J., Feldman S. A simple theory of the survey response: Answering questions versus revealing preferences. *American journal of political science*. 1992. P. 579–616.

## THE EUROPEAN INTEGRATION VECTOR OF FORMING THE MILITARY IDENTITY OF UKRAINIANS

**Valeriy Zlyvko**

*G.S. Kostuk's Institute of Psychology  
National Academy of Educational Sciences of Ukraine  
2, Pankivska str., Kyiv, Ukraine, 01033  
e-mail: vzlyvko@gmail.com*

The article substantiates the relevance of the problem of the military identity of Ukrainians. It has been established that the relevance of the scientific analysis of identity problems, in particular moral and military, is due to its social significance, the connection with key social processes, but since February 24, 2022, it has acquired new, personal meanings for Ukrainians. Military identity is defined as a multidimensional concept, the key components of which are patriotism, aggressiveness, militancy, and collectivism, and moral identity is defined as based on certain moral traits, among which the most important are justice, heroism, altruism, and spirituality. It is argued that from a theoretical point of view, the concept of military identity is often expressed in terms such as culture, attitudes, values and motivation, and it can also be described using social identity theory. For the purpose of the research, we chose the Military Identity Scale (WIS-6), the Emotional Regulation Questionnaire (ERQ), as well as a meta-analysis of scientific publications devoted to the military and moral identity of the military of various countries of the world, including the European Union, where in the second half of the 20th century there were military actions. Empirical research was carried out on the basis of hospitals for war veterans and rehabilitation centers for civilians who suffered from the Russian-Ukrainian war. Particular attention was paid to the survey of civilians who left for the countries of the European Union during the war, in our study their share is 29.31% of the studied civilian respondents. According to the results of the empirical analysis, it was established that the positive attitude towards the Armed Forces of Ukraine is most strongly demonstrated by civilians and military personnel in Ukraine, whereas those who left for EU countries at the beginning of the war show a moderate attitude towards the Ukrainian army. The scales of the WIS-6 questionnaire are positively correlated with the "cognitive reappraisal" scale of the ERQ methodology, that is, a positive attitude towards the Armed Forces in war conditions, awareness of the importance of a powerful army for victory is connected with the search for means of developing a detached attitude towards one's activity, rethinking or a new interpretation of the situation. It has been proven that during cognitive reassessment, there is not a decrease in emotional expression, but a restructuring of the emotional response, which is generally characteristic of Ukrainians even in the conditions of the active phase of the war.

*Key words:* military identity, moral identity, narrative, narrative identity, personality, Russian-Ukrainian war.