

Костенко Ю. І., кандидат історичних наук, старший науковий співробітник, старший науковий співробітник НДЦ гуманітарних проблем ЗС України (м. Київ)

Малюга В. М., кандидат історичних наук, старший науковий співробітник, ТВО начальника НДЦ гуманітарних проблем ЗС України (м. Київ)

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У статті розглядаються проблеми та перспективи формування сучасного позитивного іміджу Збройних Сил України.

В статье рассматриваются проблемы и перспективы формирования современного позитивного имиджа Вооруженных Сил Украины.

In article problems and prospects of formation of modern positive image of Armed forces of Ukraine are considered.

Постановка проблеми. В умовах сучасної трансформації українського суспільства успішне вирішення завдань зміцнення обороноздатності нашої держави невід'ємно пов'язане із необхідністю формування позитивного іміджу Збройних Сил України та підвищення привабливості військової служби в них. Саме від наявного іміджу армії залежить рівень морального духу, морально-психологічний стан військових колективів та бажання молоді служити у збройних силах. Він також обумовлює формування у населення впевненості у готовності та спроможності армії виконати своє конституційне призначення у мирний і воєнний час.

Досвід розбудови воєнної організації держави за роки незалежності України свідчить, що цілеспрямованої, системної та комплексної роботи з боку органів державної влади та військового управління щодо формування гідного іміджу Збройних Сил України фактично не здійснювалось. Не проводились також і відповідні фундаментальні наукові дослідження. Внаслідок цього масова свідомість в силу певних причин і нав'язаних стереотипів довільно заповнювалася різноманітною інформацією, що далеко не завжди була на користь армії і держави. Постановка проблеми цілеспрямованого і планомірного формування позитивного образу армії набула сьогодні особливої актуальності оскільки імідж Збройних Сил України тривалий час стійко тримається на досить низькому рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про високу науково-практичну

значущість проблеми формування іміджу збройних сил свідчить велика увага, яка приділяється її вивченню з боку як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Зокрема, особливої уваги заслуговують дослідження Е. Афоніна [4], Г. Почепцова [17], О. Литвиненка [13], М. Требіна [21], У. Ільницької [8; 9; 10; 11], які, аналізуючи основні аспекти взаємодії армії й суспільства, наголошують на необхідності гармонізації цивільно-військових відносин. Окремі теоретико-методологічні аспекти вказаної проблеми розглядають у своїх працях Д. Давидов [6], В. Безбах, Р. Калениченко [5], О. Перелигіна [15], В. Серебряніков [19; 20]. Методології формування позитивного іміджу Збройних Сил України приділяється значна увага в роботах С. Кубіцького [12], В. Алещенко [2; 3] та інших авторів. Серед закордонних учених окремі аспекти створення позитивного іміджу збройних сил досліджували С. Блек, Р. Брум, С. Катліп, А. Сентер, Р. Харлоу.

Проте, не дивлячись на практичну значущість і теоретичний інтерес, імідж Збройних Сил України дотепер не став предметом цілеспрямованого вивчення в сучасній вітчизняній науці. Моніторинги громадської думки, що проводяться соціологічними службами, не дозволяють розкрити глибинну основу ставлення молоді до військової служби, виявити чинники і механізми формування іміджу Збройних Сил, розробити програму щодо його вдосконалення. Для вирішення вказаних завдань, насамперед, необхідно уточнити

теоретичні спекти поняття іміджу Збройних Сил.

Метою статті є висвітлення проблеми формування позитивного іміджу Збройних Сил України.

Виклад основного матеріалу. За останнє десятиріччя поняття іміджу міцно увійшло в наше життя. При цьому в свідомості сучасної людини все більш закріплюється уявлення про імідж як про певну цінність, від наявності і якості якої залежить життєвий успіх, як і успішність будь-якої діяльності, індивідуальної або колективної.

Слово “імідж”, як відомо, англійського походження, дослівно означає “образ”. У нашій країні це поняття з’явилося порівняно недавно через зустріч із західною культурою - її літературними джерелами, нормами життя, а також через власний перелом у вітчизняній політиці, економіці та культурі, який сприяв пошуку альтернативних шляхів вирішення проблем, що виникли.

В політичному словнику знаходимо: “Імідж – в широкому смислі – розповсюдження уявлення щодо характеру того або іншого об’єкту; в більш вузькому (стосовно до пропаганди, реклами, “масової культури” тощо) – означає цілеспрямовано сформований образ-уявлення, який за допомогою асоціацій наділяє об’єкт (явище, особистість, товар тощо) додатковими цінностями (соціальними, політичними, соціально-психологічними, естетичними тощо) та завдяки цьому сприяє більш цілеспрямованому та емоційному сприйманню” [16, с. 59].

Серед світових держав стає чітким розуміння ролі іміджу Збройних Сил у сучасній війні. Головним показником цього є те, що позитивний образ війська створюється державними установами й інституціями, а самі збройні сили виступають лише одним з учасників цього процесу. Наприклад, надзвичайно високий позитивний імідж має ізраїльська армія ЦАХАЛ (Сили оборони Ізраїлю), що займає провідне становище в суспільстві. Важко знайти в Ізраїлі інституцію, яка б мала більший вплив на політику країни. Основними іміджевими характеристиками армії США є такі: 1) армія США – найбільш потужна військова структура на планеті; 2) суперпатріотизм та відвага військових; 3) висока боєдатність, належний рівень професійної підготовки, оснащеність сучасними засобами збройної боротьби.

Типовий американський військовий в очах громадськості завжди був взірцем доблесті, героїзму, мужності, відданості батьківщині [2, с. 11.].

Не можна не згадати виключно позитивний імідж Радянської Армії. Керівництво колишнього СРСР розглядало Збройні сили як найважливішу інституцію державної влади та докладало значних зусиль для створення в масовій свідомості образу Радянської Армії як наймогутнішої, найсильнішої, найпотужнішої. Іміджеві характеристики опосередковано виявлялись в типажах героїв фільмів, в піснях, віршах, лозунгах.

Більшість сучасних експертів вважають, що імідж існує завжди, незалежно від того, займається хтось його створенням чи ні, менше третини експертів думають, що імідж формується виключно цілеспрямовано. Але й ті, і інші визнають, що імідж складається об’єктивно і створюється суб’єктом за допомогою спеціальних технологій.

Як сучасне українське суспільство оцінює власні Збройні Сили? Виходячи з соціологічного дослідження “Збройні Сили України та суспільство”, проведеного Центром воєнної політики та політики безпеки у листопаді-грудні 2010 році можна стверджувати, що в цілому українське суспільство позитивно ставиться до армії (відповіді “позитивно” складають 42%, “скоріш позитивно” – 25,15%). Але таке розуміння допустимо лише при абстрактному її аналізі. Якщо ж оцінювати проблему за конкретними напрямками та аспектами суспільного життя, то вона постає неоднозначною і складною.

Оцінюючи зовнішній аспект умов життєдіяльності Збройних Сил України більшість (48,41%) респондентів вважає, що сьогодні для України відсутня воєнна загроза з боку інших держав, хоча близько 13,03 % вважає, що загроза в тій чи іншій мірі має місце. Внаслідок дії низки чинників суспільство сьогодні досить обережно оцінює спроможність Збройних Сил стати на перешкоді воєнній загрозі з боку інших держав. Так, трохи більше 26,23% беззаперечно вважає, що Збройні Сили сьогодні здатні виконати цю функцію, ще 33,04% – з певними пересторогами. Досить песимістично респонденти ставляться також і до актуальності гасла щодо єдності армії та народу. При високому показнику невизначеності більшість респондентів

Соціально-правові питання

вказує на те, що керівництво держави сьогодні цілеспрямовано не формує єдності армії та народу (15,48%) – з одного боку. З іншого – народу (суспільству) зараз не до Збройних Сил, є більш важливі проблеми (22,84%) [7].

Багато в чому, схожі настрої показують і військовослужбовці. Зокрема, в ході соціологічного пілотажного дослідження проведеного фахівцями Науково-дослідного центру гуманітарних проблем Збройних Сил України з метою визначення мотиваційної готовності військовослужбовців до службово-бойової діяльності по збройному захисту України було встановлено, що готовими взяти безпосередню участь у бойових діях, у випадку необхідності, виявилось 87% опитаних; не готовими – 8%; не визначилися – 5% респондентів. В той же час 44% опитаних виявили першочергову готовність до захисту: своєї родини та свого дому. Захищати Батьківщину готові 36% респондентів. А от готовність до захисту української держави виявили лише 6% учасників опитування, трохи більше – 9% готові стати на захист свого народу. У випадку необхідності, до самопожертви заради державних інтересів України висловили: готовність – 23%, неготовність – 38%, не визначилися – 39% респондентів.

На перший погляд ці показники не мають ніякого відношення до іміджу Збройних Сил. Але ж перераховані нижче чинники, від яких залежать наведені показники, являються певною мірою складовими іміджу від яких залежить його позитивний чи негативний характер. Зокрема не готовність до безпосередньої участі у бойових діях по збройному захисту України мотивована наступними чинниками: низьким рівнем соціальних гарантій з боку держави військовослужбовцям – 69,23%; поганим забезпеченням української армії, тому не має жодних шансів на перемогу – 41,03%; не впевненість респондентів в обіцянках держави піклуватися про військовослужбовців та їхні сім'ї у випадку їхньої загибелі (каліцтва) – 33,33%; не бажання захищати тих, кому проблеми респондентів байдужі – 25,64%; не впевненість у професійній підготовленості підлеглих до ведення бойових дій – 17,95%; не впевненість у здатності керівництва приймати вірні рішення в бойовій обстановці (його професійній

компетентності) – 17,95%; не бажання ризикувати своїм здоров'ям та життям – 10,26%; відсутність цінного, того що варте захисту цій державі – 5,13%.

Крім того кожен другий респондент негативно оцінює результати діяльності держави щодо ідеологічного забезпечення оборонної політики України. На думку респондентів подальша відсутність державної ідеології в оборонній політиці держави остаточно порушиться єдність армії та народу – 59%; відбудеться деформація традиційних цінностей військової служби – 53%; остаточно розмиється образ Батьківщини – 48%; в усіх сферах (політичній, економічній, військовій, духовній) збільшиться коло загроз національній безпеці – 28%. Сучасний рівень військово-патріотичного виховання в державі вважають недостатнім 65% респондентів [14].

Сучасний, достатньо непривабливий, імідж військової організації нашої країни багато в чому зумовлює труднощі з комплектуванням за призовом і за контрактом, низьку мотивацію до служби всіх категорій військовослужбовців, відсутність необхідної суспільної підтримки армії. Досвід показує, що від відношення до Збройних Сил всіх прошарків суспільства багато в чому залежить морально-психологічний стан військовослужбовців, а відповідно, і боєготовність військ, ефективність вирішення ними завдань у мирний і військовий час. Підвищення престижу, формування нового обличчя армії і флоту України, виступають однією з головних умов успішного функціонування вітчизняних Збройних Сил.

Формування ІЗС відбувається під впливом факторів політичного середовища нашого суспільства, що діють поперемінно і різнонаправлено. У залежності від комбінації факторів вони можуть робити як позитивний, так і негативний вплив. Систематизація й аналіз політичних процесів, у яких функціонує армія, дозволяють визначити соціально-політичні фактори, що сприяють формуванню ІЗС.

Соціальна й історична пам'ять народу зберігає джерела, що підтримують відносно стійкий образ Української армії в суспільній свідомості. Від них у чималій мірі залежить динамізм вигляду сучасної армії і розуміння причин її позитивної репутації, що зберігається. Як складається у свідомості

Соціально-правові питання

українського народу образ армії? Чому, одного разу сформувавшись, вигляд армії – захисниці і визволительки – не хоче зникати з народної свідомості протягом тисячолітньої історії українського народу?

Відповідь на задані питання знаходиться у постійно діючому процесі соціальної перцепції (сприйняття) народних мас. В які б історичні епохи не жив український народ, він завжди був зацікавлений у безпеці своєї життєдіяльності. І коли наставало лихоліття, а ворог приходив на нашу землю, українці знаходили у війську свого захисника. Зі зброєю в руках вони боролись за свою волю. У цьому виявляється суть українського менталітету чи “національного характеру”. Фактично ми говоримо про посилення військово-патріотичного та громадянського виховання населення нашої держави на прикладах воєнної історії нашого народу, але правдивих, тих які не носять характеру політичної кон’юнктури.

З 1992 р. армія ставала об’єктом могутньої критики. Суспільна свідомість пройшла в цей період історії тернистий шлях 1) негативно-критичного, 2) позитивно-критичного і 3) популістсько-критичного відношення до армії. У першому випадку критика зводилася в основному до того, що витрати на армію нібито є головною причиною недоліків у суспільстві як економічного, так і морально-психологічного характеру. В другому випадку критика зосереджувалась головним чином на реальних недоліках військового будівництва і, отже, відігравала позитивну роль. У третьому випадку критика носила ритуальний характер, як прояв моди на критику установ, що раніш заборонялося критикувати (КДБ, МВС, ЗС) [18, с.19.]. На жаль для пересічного українця більш доступна інформація першого та третього варіантів, яка у переважній більшості сприяє формуванню саме негативного іміджу. В той же час керівництво Збройних Сил України досить часто займає пасивну позицію у протистоянні неконструктивній критиці армійської дійсності.

У формуванні позитивного чи негативного ІЗС провідну роль відіграють засоби масової інформації (ЗМІ). Але в той же час на цій підставі можна оцінити і саме ставлення ЗМІ до Збройних Сил. Соціологічні опитування свідчать, що довіра військовослужбовців до ЗМІ щодо оцінки

діяльності Збройних Сил України має низький рейтинговий розподіл за всім переліком комунікативних каналів. Майже половина військовослужбовців вважає критику армії з боку ЗМІ у переважній більшості несправедливою. В свою чергу, це показує діяльність преси, телебачення та інших ЗМІ як значний негативний чинник формування ІЗС. Керівництво держави та військового відомства фактично погодились із таким станом. Ніяких заходів для виправлення ситуації не здійснюється. В той же час оперативне реагування на недостовірну інформацію, тим більше притягнення до відповідальності на підставі діючого законодавства за подібну інформацію, значно сприяло б позитивному формуванню ІЗС. Настає час, коли стає необхідним захищати інтереси армії від різних спекуляцій. І саме військові керівники повинні ставати ініціаторами подібних дій.

На сьогодні, внаслідок значного нівелювання граней між армією та іншими державними інститутами як на рівні виконання загальних функціональних завдань, так і на рівні організаційної структури, озброєння, способів комплектування, а на певному етапі навіть форми одягу, масова свідомість основної частини населення стала ототожнювати армію з внутрішніми військами, підрозділами Міністерства надзвичайних ситуацій чи інших силових структур. Пересічному громадянину України, важко відрізнити за зовнішнім виглядом працівника митниці, міліціонера чи військовослужбовця Збройних Сил. Можливо настав час визначитись, які саме структури мають одягати своїх членів у форму одягу з військовими елементами, а для кого вона не потрібна. Адже згідно норм міжнародного гуманітарного права комбатанти і не комбатанти розрізняються саме наявністю елементів військових одностроїв. У бойових умовах противник не вивчає різницю між одностроєм особового складу МНС, МВС, митниці чи Збройних Сил. Крім того наявність стількох організацій де прийнято вдягати своїх співробітників у майже військові однострої нівелює значення військової форми одягу, як елементу що покликаний виділити військовослужбовця – захисника Вітчизни від решти населення. Що в свою чергу не сприяє покращенню ІЗС.

Соціально-правові питання

Важливе значення для формування іміджу грають завдання та функції Збройних Сил України на сучасному етапі державного і військового будівництва. У військовій доктрині відзначається, що Збройні Сили складають основу оборони України і призначені для відсічі агресії проти неї, захисту цілісності і недоторканності території нашої країни. Крім того, чітко визначені цілі застосування Збройних Сил. Це, насамперед, захист незалежності і суверенітету, територіальної цілісності України, а також відсіч агресії, нанесення поразки агресору, примус його до припинення воєнних дій. Даний підхід до визначення функцій армії з боку держави вплинув на формування вигляду Збройних Сил і чіткіше позначив пропоновані до неї вимоги.

В останні роки велика увага стала приділятися внутрішньополітичним функціям армії, які значною мірою впливають на формування репутації Збройних Сил у суспільній свідомості України. Дуже важливо запобігти виникненню суперечностей між інтересами основної частини народу України і завданнями, які ставляться перед Збройними Силами.

Функціональне призначення Української армії об'єктивно залежить від масштабів витрат на армію і можливостей країни. Це ще один фактор формування іміджу армії. Розвиток військового будівництва в нових демократичних умовах зіштовхнувся з необхідністю приведення у відповідність витрат на оборону і можливостей держави щодо забезпечення потреб армії.

Україні потрібна така армія, що, з одного боку, відповідає її економічному потенціалу, а з іншого боку – у максимально можливій мірі забезпечувала її безпеку. Якщо баланс буде порушений у бік згорання необхідних витрат на оборону то держава стає уразливою у всьому спектрі викликів безпеці, як внутрішнього, так і зовнішнього характеру. Незахищеність держави стимулює як внутрішні, так і зовнішні загрози.

Виходячи з цього, стає зрозуміло, що керівництво країни, щоб уникнути соціальних потрясінь і не втратити міжнародний авторитет, має направити значну частину своїх ресурсів і політичну волю на збереження і подальше зміцнення Збройних Сил України як гаранта безпеки

України. На розвиток, а не стагнацію. Ключ до вирішення найскладніших проблем залишається в підвищенні рівня фінансування військових статей бюджету. Тих коштів, які Українська держава виділяє сьогодні на утримання власного війська – явно недостатньо. Це вимагає поліпшення матеріального стану Збройних Сил України, що позитивно має позначитися на їх іміджі та репутації.

Об'єктивний стан ЗС України продовжує залишатися найважливішим фактором її репутації в країні та на міжнародній арені. В порівнянні з Радянською Армією знизилася боєдатність і боєготовність військ. Частин, готових до негайного виконання бойових задач, в Збройних Силах явно недостатньо. В свою чергу це ставить питання про необхідність підвищення інтенсивності та якості бойової підготовки військ. Якщо звернутися до такої складової бойової готовності, як оснащення ЗС України новими зразками техніки й озброєння, то можна відзначити що вони практично відсутні, а тих, що надійшли у війська, явно недостатньо.

Більшу частину військовослужбовців становить рядовий і сержантський склад. Серед них військовослужбовці строкової служби – найбільш динамічна, постійно обновлювана в соціальному відношенні частина армії. Призовники приносять в армійське середовище як позитивні, так і негативні зміни в економічному і соціально-політичному житті суспільства, нові інтереси і відносини і, навпаки, повідомляють суспільству про настрої в армії. При цьому значна частина проблем, які негативно впливають на формування ІЗС породжуються саме в цивільному житті, але приписуються виключно армійському середовищу.

Зокрема, майже кожен третій юнак ще до призову мав певні проблеми з органами правопорядку, майже 90% з них вживали алкоголь. Крім того, підґрунтя для такого явища як “дідівщини” багато в чому створюють вуличні звички перенесені в казарму. Кожен другий призовник має досвід підліткових бійок, а кожен четвертий брав участь у них постійно. Це проблема українського суспільства в цілому, вирішити яку Збройними Силами самотужки, без зусиль держави практично неможливо. Разом з тим військове керівництво не поспішає ставити питання в такому контексті, цим самим ніби

погоджуючись із усіма звинуваченнями, як справедливими, так і безпідставними, що на пряму шкодить іміджу українського війська.

В той же час все більшого розвитку отримує тенденція при якій значна частина батьків намагається відправити своїх синів до армії з метою захистити їх від негативних проявів сучасного цивільного життя (безробіття, наркоманія, алкоголізм, злочинність і т.п.). Такий стан речей, з боку військового керівництва, теж не отримує належної оцінки та висвітлення в засобах масової інформації. Але ж це позитивний імідж війська на практиці.

Соціальна не облаштованість визнається головним джерелом негараздів у армійському середовищі. За останні роки різко змінився соціальний вигляд основної частини офіцерського корпусу. З порівняно високооплачуваного і престижного середнього класу офіцерство перетворилося в погано забезпечену групу з низьким статусом. Рівень грошового утримання середньостатистичної офіцерської родини (3-4 особи) знаходиться в районі прожиткового мінімуму по Україні. Самою гострою із соціальних проблем залишається житлова. Діючі в Україні програми не дозволяють вирішити проблему забезпечення житлом військовослужбовців, громадян, звільнених з військової служби, і членів їхніх родин. Не краще стоїть справа і з речовим забезпеченням Збройних Сил. Щорічно йде недофінансування цієї статті військового бюджету. Звичайно, від цього страждає імідж військової людини, а разом з ним міняється в негативну сторону ІЗС. Усунення соціальних негараздів у армійському середовищі автоматично сприятиме підвищенню саме позитивного іміджу Збройних Сил, престижності військової служби в українському суспільстві.

В останній час проблеми іміджу українського війська поступово знаходять розуміння серед керівництва держави та Міністерства оборони України. Так протягом 2010 року на вимогу Президента України – Верховного Головнокомандувача Збройних Сил України В.Ф. Януковича фахівцями Науково-дослідного центру гуманітарних проблем Збройних сил України під керівництвом Департаменту соціальної та гуманітарної політики міністерства оборони України відпрацьовано проект Концепції формування позитивного іміджу Збройних

Сил України. Указом Президента України від 27 вересня 2010 року № 918/2010 визначено завдання органам державної влади та місцевого самоврядування, Державному комітету телебачення та радіомовлення України щодо активізації шефської роботи над Збройними Силами України з метою сприяння вирішенню питань піднесення престижу військової служби, соціально-побутових і культурних проблем військовослужбовців [1].

Департаментом соціальної та гуманітарної політики Міністерства оборони України проводиться значна робота з удосконалення нормативно-правової бази щодо вирішення соціальних проблем Збройних Сил України. Активізувалась інформаційно-роз'яснювальна робота з питань підвищення престижу військової служби, формування в українському суспільстві позитивної громадської думки стосовно Збройних Сил з боку Департаменту преси та зв'язків із засобами масової інформації Міністерства оборони України. Разом з тим у структурі Міноборони не існує органу, відповідального за формування іміджевої політики військового відомства та реклами військової служби, який би мав повноваження і важелі щодо її реалізації. Деякі спроби проводити PR-заходи, щодо реклами військової служби проводились Головним управлінням особового складу Генерального штабу Збройних Сил України, але вони не мали системного характеру та наукової бази, що безумовно викликано відсутністю підготовлених фахівців та недостатніми фінансовими засобами.

Висновки. Таким чином, імідж Збройних Сил як соціально-політичне явище – це: образне уявлення, що наділяє Збройні Сили додатковими цінностями (соціальними, політичними, психологічними, естетичними й ін.), які проявляються в реальних властивостях самої армії та мають соціальну значимість для людей, що сприймають цей образ. Імідж Збройних Сил впливає на раціональне пізнання армії як державного інституту й у той же час своїм впливом, створює специфічну соціально-психологічну установку в суспільній свідомості. Позитивний імідж збройних сил створюється загальними зусиллями всієї сукупності державних органів, установ та посадових осіб. Міністерство оборони виступає лише одним з учасників цього процесу у якості виконавця державної програми поліпшення

Соціально-правові питання

іміджу Збройних Сил. Ні в одній провідній країні світу імідж збройних сил не формується зусиллями самої армії.

На сьогодні в Україні виникла об'єктивна необхідність розробки та реалізації на найвищому рівні чіткої державної програми та загальної PR-

стратегії інформаційно-комунікативної політики, спрямованої на формування позитивного іміджу Збройних Сил, яка ґрунтувалася б на науковому підході та передовому світовому досвіді з урахуванням українських реалій.

Література

1. Указ Президента України від 27 вересня 2010 року N 918/2010 Питання шефства над Збройними Силами України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/U918_10.html.
2. Алещенко В.І. Актуальні проблеми формування позитивного іміджу збройних сил (закордонний досвід) / В.І. Алещенко. Вісник національної академії оборони України, 2007. – № 5 (78). – С. 8–20.
3. Алещенко В.І. Імідж Збройних Сил України: сутність, стан і напрями формування / В.І. Алещенко. Наука і оборона. – 2007. – № 3 – С. 35–44, – № 4, – С. 19–24.
4. Афонін Е.А. Становлення Збройних Сил України: соціальні та соціально-психологічні проблеми / Е.А. Афонін. Ін-т соціології НАН України : Відп. ред. Л. В. Сохань, Л. Ф. Бурлачук. – К. : Інтерграфік, 1994. – 304 с.
5. Безбах В.Г., Калениченко Р.А. Соціальний феномен іміджу в системі індивідуальної поведінки і соціального впливу / В.Г. Безбах, Р.А. Калениченко. Зб. наук. праць Військового гуманітарного факультету Національної академії оборони України. – К., 2004. – № 5 (42). – С. 3–11.
6. Давыдов Д.Г. Социально-психологические особенности имиджа Вооруженных сил России в молодежной среде: дис. ... кандидата психол. наук : 19.00.05.– М., 2005.–217 с.
7. Збройні Сили України та суспільство. Аналітичний звіт// Центр воєнної політики та політики безпеки. – К., 2010. – 54 с.
8. Ільницька У.В. Паблік рилейшнз збройних сил як фактор демократизації та оптимізації цивільно-військових відносин. – Дис. ... канд. політ. наук. – Львів, 2006. – 213 с.
9. Ільницька У.В. Інститут PR (PR) Збройних сил України: особливості становлення та функціонування в демократичній державі / У.В. Ільницька. Науково-методичні праці. – Т. 40. – Вип. 27. – Політичні науки. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. П. Могили, 2005. – С. 55–61.
10. Ільницька У.В. Паблісіті як фактор формування позитивного політичного іміджу Збройних сил України / У.В. Ільницька. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: Зб. наук. праць. – Львів : Ін-т народознавства НАН України, 2002. – Вип. 13. – С. 138–143.
11. Ільницька У.В. Проблема формування позитивного політичного іміджу Збройних сил України в процесі переходу до демократичного суспільства / У.В. Ільницька. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: Зб. наук. праць. – Львів : Ін-т народознавства НАН України, 2003. – Вип. 14. – С. 17–22.
12. Кубіцький С.О. До проблеми формування позитивного іміджу військово-службовця Збройних Сил України / С.О. Кубіцький. Вісник національної академії оборони України, – 2007. – № 2 (4). – С. 80–88.
13. Литвиненко О.В. Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії : Монографія / О.В. Литвиненко. – К. : Сатсанта, 2000 – 222 с.
14. Мотиваційна готовність військовослужбовців Збройних Сил України до службово-бойової діяльності в сучасних умовах // НДЦ ГП ЗС України – К.; 2007. – 22 с.
15. Перельгіна Е.Б. Психология имиджа : учеб. пос. / Е.Б. Перельгіна. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
16. Политологический словарь: Учеб. пособие / Под ред. В.Ф.Халниова. М.: Высшая школа, 1995. С. 59.
17. Почепцов Г.Г. Имиджология / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; – К. : Ваклер, 2001. – 704 с.
18. Прудников Л.А. Имидж Вооруженных Сил Российской Федерации как понятие и социально-политическое явление // Имидж армии - имидж России (коллективная монография) / под ред. Е.А.Петровой, В.П.Делия. – М.: РИЦ АИМ, 2006. – 240 с.
19. Серебрянников В.В. Войны России: социально-политический анализ / В.В. Серебрянников. – М.: Научный мир, 1999. – 380 с.
20. Серебрянников В.В. Имидж армии: Проблемы формирования / В.В. Серебрянников. Военная мысль. – 2005. – № 12. – С 64–71.
21. Требін М.П. Армія та суспільство: соціально-філософський аналіз взаємодії в умовах трансформації / М.П. Требін. – Харків : ІНЖЕК, 2004. – 404 с.