

УДК 130.2:001.8

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2025.108.8>

О. Ф. СТАДНІК

докторка соціологічних наук, професорка,
професорка кафедри гуманітарних дисциплін
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

О. Ф. ВАНЮШИНА

кандидатка філософських наук, доцентка,
доцентка кафедри психології
Державний торговельно-економічний університет

ГЕНДЕРНІ ДИСПОЗИЦІЇ МАСКУЛІННОСТІ ТА МЕДІЙНІ МЕХАНІЗМИ СОЦІАЛЬНОГО ТИСКУ НА ЧОЛОВІКІВ У ВОЄННИЙ ЧАС

У статті аналізується, як повномасштабна війна трансформує уявлення про маскулінність і формує специфічні соціальні очікування щодо чоловіків у сучасній Україні. Воєнний контекст посилює традиційні моделі мужності, у яких образ захисника стає домінуючим культурним архетипом, активно підтримуваним медіа та публічними дискурсами. У результаті формуються гендерні диспозиції, що задають нормативні сценарії чоловічої поведінки та слугують підґрунтям для соціального тиску. Особлива увага приділяється подвійності суспільних очікувань: у публічній сфері чоловік постає як герой і символ національної сили, тоді як у приватній жінки часто прагнуть уберегти своїх партнерів від мобілізації. Цей розрив між героїзацією та турботою створює ситуацію соціального і морального дисонансу, що впливає на сприйняття чоловічої ролі в умовах війни. Методологічно дослідження ґрунтується на якісному дискурс-аналізі та медіааналізі, що дозволило інтерпретувати повторювані наративи, риторичні стратегії та символічні коди у матеріалах українських онлайн-видань, телевізійних сюжетах і соціальних мережах. Застосування аналітичної схеми інформаційно-психологічних впливів Г. Почепцова дало змогу ідентифікувати механізми героїзації, стигматизації та емоційного тиску, які формують нормативні моделі маскулінності.

Розглянуто медіа-образи, що репрезентують мілітарність як невід'ємний атрибут чоловічої ідентичності. Показано, що такі диспозиції майже не змінюються, оскільки спираються на стійкі гендерні стереотипи, які медіа не лише відтворюють, але й активно підсилюють. На основі класифікації інформаційно-психологічних впливів Г. Почепцова проаналізовано, як прийоми натуралізму, індивідуалізації, героїзації, інфантілізації, символізації, інфемалізації, солідаризації та надфакту формують опозицію «герой – нехтуючий обов'язком» і впливають на оцінку поведінки чоловіків. Виділено дві ключові групи механізмів соціального тиску: раціональні аргументи, що апелюють до обов'язку захисту держави, та емоційні інструменти навіювання, які

експлуатують страх, сором і уявлення про катастрофічні наслідки відмови від служби. Показано, що через ці механізми конструється жорстка моральна рамка публічної маскулінності, у межах якої мілітаризований образ чоловіка стає критерієм соціальної легітимності. Дослідження демонструє, що гендерні диспозиції в умовах війни впливають на поведінку чоловіків, їх моральні рішення та самооцінку, формуючи нові соціокультурні уявлення про мужність, відповідальність і громадянський обов'язок.

Ключові слова: маскулінність, гендерні диспозиції, гендерні очікування, мілітаризація, героїзація, соціальний тиск, медійні механізми соціального тиску.

Вступ. Гендерні ролі та нормативні уявлення про чоловічу поведінку завжди формувалися у взаємодії з історичними подіями та соціокультурними змінами. У різні епохи суспільства по-різному тлумачили, що означає бути чоловіком, які риси та дії вважаються необхідними й престижними, а які небажаними. Війни, політичні кризи та зміни в інформаційному середовищі щоразу переозначували ці уявлення, створюючи нові символічні навантаження на чоловічу ідентичність. Війна є одним із найпотужніших факторів, що впливає на маскулінні моделі. У воєнному контексті чоловіче тіло, поведінка та здатність до дії набувають особливого значення, перетворюючись на носіїв дисципліни, витривалості, відповідальності та готовності до самопожертви. Сформовані культурою очікування стають стійкими диспозиціями, які визначають, яким має бути чоловік у ситуації загрози, а медіа-дискурси підсилюють ці уявлення, закріплюючи їх як соціальну норму.

Російсько-українська війна створює особливий контекст, у якому ці диспозиції не лише відтворюються, а й набувають нової інтенсивності. Образ захисника поступово стає універсальним маркером «правильної» маскулінності, а участь у бойових діях стає важливою ознакою соціальної легітимності. У публічному просторі активно циркулюють героїзовані моделі чоловічості, які впливають не лише на сприйняття військових, але й на оцінку поведінки тих, хто не бере участі у війні. У цих процесах значну роль відіграють медіа, що застосовують різні механізми конструювання нормативної маскулінності – від раціоналізованої апеляції до обов'язку до емоційно заряджених стратегій сорому, страху чи піднесеної глорифікації. Такі інформаційні впливи визначають символічні межі чоловічої поведінки, інтегруючи уявлення про мужність, відвагу та відповідальність у ширший культурний фон воєнного часу та формуючи нові контури маскулінної ідентичності.

Постановка проблеми. Повномасштабна війна актуалізувала традиційні моделі маскулінності, надавши їм нормативної сили та перетворивши на механізми соціального регулювання. Медіа, політичні дискурси й соціальні мережі конструюють образ мілітарної маскулінності як бажаний і зразковий, формуючи гендерні диспозиції, що пов'язують чоловічість із бойовою готовністю, мобілізаційною здатністю та самопожертвою. Такі диспозиції не є нейтральними: вони

задають рамки прийнятної поведінки, героїзують «правильні» моделі чоловічості та водночас стигматизують тих, хто не відповідає мілітарним очікуванням через інші життєві обставини чи переконання. Унаслідок цього постає наукова потреба дослідити, як медійно підтримані гендерні диспозиції маскулінності стають інструментальною основою соціального тиску на чоловіків і впливають на їхні життєві стратегії та ідентифікаційні процеси в умовах війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальна варіативність визначень диспозиції як ментального конструкту відображає не стільки його теоретичну невизначеність, скільки багатоконтекстність застосування, що охоплює, зокрема, й соціологію гендеру. У сучасному науковому дискурсі диспозиції позначають за допомогою низки споріднених понять – ментальні рутини, структурні тенденції когнітивних процесів, габітусні утворення, звичні схеми мислення, а також схильності, готовності чи інтенції діяти певним чином за наявності специфічних соціальних умов. Усі ці терміни акцентують на тому, що диспозиція становить стійку, але контекстно чутливу внутрішню структуру, яка впорядковує сприйняття, оцінювання та моделі поведінки індивіда.

Фіксуючи широкий спектр диспозиційних термінів, Г. Райл пропонує концептуалізувати диспозиції як особливий клас понять, які описують стійкі поведінкові схеми та внутрішні схильності. У його інтерпретації диспозиції охоплюють як звички, способи дії, уподобання та інтереси, так і висловлювання, що стосуються мотивацій, умінь чи навичок – тобто тих внутрішніх структур, які зумовлюють типові реакції суб'єкта у певних соціальних ситуаціях. Райл визначає диспозиційні твердження як такі, що приписують індивіду певні здібності, тенденції та схильності, підкреслюючи їхню нормативну, але не детермінуючу природу. Хоча ці твердження не мають статусу універсальних законів, оскільки стосуються конкретних осіб, вони, за Райлом, відзначають повторювані, але водночас відкриті й варіативні патерни поведінки, які можуть проявлятися залежно від контексту [1, 124–147]. Припущення про вищу фізичну силу, витривалість чи рівень агресивності чоловіків порівняно з жінками ґрунтуються на уявленні про стійкі внутрішні властивості, які нібито проявляються у різних контекстах. У цьому сенсі агресивність інтерпретується як диспозиційна характеристика маскулінності – певна «прихована» схильність, що супроводжує чоловічу соціальну роль. Райл підкреслює, що диспозиції не є законами, однак функціонують як похідні від узагальнень закономірного характеру й описують повторювані, але контекстно варіативні патерни поведінки. Формулювання таких тверджень потребує знання певних закономірностей, навіть якщо вони є приблизними. Водночас процес пізнання рухається від спостережень конкретних диспозиційних рис до більш загальних моделей: індивідуальні прояви стають основою для побудови теоретичних уявлень про типові соціальні схильності [1, 116–153].

У межах диспозиціонізму як міждисциплінарного напрямку соціології, психології та культурології засновницька роль належить Г. Оллпорту [2, 34–54], який визначив диспозицію як узагальнену нейропсихічну, індивідуально-специфічну структуру. Вона виконує функцію інтегратора різномірних стимулів, роблячи їх «функціонально еквівалентними» й забезпечуючи можливість ініціювати та підтримувати сталі, повторювані форми адаптивної та стилістичної поведінки. У такому розумінні диспозиція постає як внутрішній механізм узгодження стимулів і реакцій, що задає стійкі патерни соціальної дії. Г. Оллпорт виокремлює три класи диспозицій: інстинктивні, культурно-спадкові та індивідуально-формульовані [2, 34–54]. Перший клас охоплює видоспецифічні тенденції, пов'язані з виживанням: базові рефлексії, потяги та прості реакції на стимули, які формують первинні патерни, з яких частково вибудовується складніша соціальна поведінка. Другий клас становлять спадкові, генно зумовлені риси, що походять від родини чи ширших популяційних груп та визначають базові індивідуальні відмінності, які надалі взаємодіють із культурними та соціальними факторами. Третій клас охоплює диспозиції, не пов'язані безпосередньо з інстинктами чи генетичною детермінацією: латентні, потенційні здібності, що забезпечують розвиток психічної структури й задають траєкторії особистісного та соціального становлення. Саме ці внутрішні можливості Г. Оллпорт розглядає як ключові для розуміння того, як формується індивідуальна поведінка в соціальному контексті [2].

Диспозиції та стереотипні уявлення про зв'язок між маскуліністю та чоловіцтвом формують важливий дискурсивний шар як у мирний, так і у воєнний періоди. Йдеться про усталену нормалізацію цього зв'язку, коли маскуліність автоматично ототожнюється з мілітарністю, а самі уявлення про воїнську компетентність сприймаються як природні риси чоловічої спільноти. Така узвичаєність фактично маскує той факт, що ані мілітарність, ані моделі чоловіцтва не є гендерно нейтральними, а навпаки є структурно прив'язані до чоловічих ролей і соціальних очікувань, які історично закріплювалися та відтворюються у суспільному дискурсі. Мілітаризм і маскуліність постають взаємопов'язаними асоціативними конструктами в рамках гендерних ідеологій, що закріплюють ієрархічну нерівність між чоловіцтвом і жіноцтвом та відтворюють символічні привілеї маскуліної позиції. Дослідники, зокрема Р. Хірен [3], Дж. Голдстейн [4], К. Енлоу [5] та інші, підкреслюють, що гендерний характер мілітаризму і війни передбачає аналіз тих способів, у які маскуліні диспозиції, соціальні ролі та практики залучають чоловіків до мілітарного поля та нормують їхню поведінку (К. Мозер та Ф. Кларк [6], П. Хайгейт [7]). У цьому контексті маскуліність функціонує як культурний ресурс, який легітимізує участь чоловіків у воєнних діях, визначає очікувану модель «правильної» чоловічої поведінки та підтримує уявлення про природну відповідність чоловіків силовим, бойовим і захисним ролям.

З диспозиційної перспективи, характерної для патріархально орієнтованих підходів у соціології гендеру, військові розглядаються як органічна складова держави та її силових інститутів – армії, поліції, служб безпеки, а також інструментів зовнішньої політики й економічного впливу. У таких інтерпретаціях мілітарна функція чоловіків сприймається як самоочевидна й структурно закладена, а участь у забезпеченні національної та міжнародної безпеки – як невід’ємний аспект маскулінної соціальної ролі. Це ще раз підтверджує, що зв’язок між мілітарністю та маскулінністю не є нейтральним чи випадковим, а виступає результатом історично сформованих гендерних диспозицій і нормативних очікувань.

За спостереженням П. Хайгейта [7, 99–119], мілітаризм як ідеологія та армія як інституція ґрунтуються на найбільш гендерно специфікованих типах діяльності, оскільки переважна більшість військовослужбовців належить до груп, професійно підготовлених до застосування насильства та інших форм завдання шкоди. Це здебільшого чоловіки, які відтворюють жорсткі ієрархічні структури військового управління та визначають стратегії використання насильницьких практик. У такій інституційній конфігурації армія, будучи майже повністю маскулінізованою організацією, формує специфічне соціальне середовище, у якому культивуються патерни військової маскулінності та дисциплінарні диспозиції, що нормують поведінку особового складу. На думку П. Хайгейта, військовий інститут не лише відтворює ці диспозиції, а й функціонує як механізм їх «прищеплення» хлопцям і молодим чоловікам у процесі становлення їхньої маскулінної ідентичності, інтегруючи насильство, контроль і дисципліну як структурні компоненти відповідної гендерної ролі.

У дослідженнях С. Шварца [8, 21–55; 9, 137–182; 10, 550–562] окреслено типові ціннісні профілі чоловіків, які активно використовуються у військовій пропаганді та мобілізаційній політиці. Найвищі показники серед чоловіків мають самостійність (3,82), досягнення (3,50) та доброзичливість (3,40). У мілітарному контексті ці цінності інтерпретуються як готовність до відповідальної дії, наявність громадянського обов’язку та спроможність виконувати захисні функції. Саме вони становлять основу для формування нормативного образу «захисника» та «вірного громадянина» у військових комунікаціях. Також зафіксовано стійкий позитивний зв’язок між маскулінною ідентичністю та такими цінностями, як автономія, незалежність і раціонально-вольовий самоконтроль. У диспозиційному вимірі ці характеристики – самоконтроль, здатність до автономного вибору, прагнення досягнення найбільш ефективно мобілізуються у дискурсах героїзації та нормування чоловічої поведінки під час війни. Отже, ціннісні профілі С. Шварца виступають не лише психологічними параметрами, а й соціальними ресурсами, що легітимують очікувані моделі маскулінності в мілітаризованому контексті.

У теорії гендерних диспозицій Дж. Мак-Кітрік інтерпретує гендер як складову «перформативного опису» статі, сформульованого Д. Батлер [11; 12, 186–203; 13, 2575–2579]. У Д. Батлер гендерні диспозиції функціонують як моделі поведінки, що проявляються в певних соціальних контекстах і стають конститутивними для належності до статі; вони формуються в межах соціальних конвенцій, які визначають, що вважати «чоловічою» чи «жіночою» поведінкою. Дж. Мак-Кітрік розвиває ці ідеї, наголошуючи, що гендерні диспозиції залишаються притаманними суб'єкту навіть за відсутності фактичних поведінкових проявів, утворюючи так звані гендерні імплікації. Людина з жіночими статевими ознаками лишається жінкою навіть за маскулінної поведінки, і навпаки, оскільки диспозиції формують імплікатурну структуру соціальних очікувань. У цьому розумінні Т. Фуміакі вважає, що гендерні диспозиції визначаються як очікування щодо схильності діяти певним чином у певних ситуаціях, а їхня структура може бути описана через наявність характерних проявів, умов їхньої актуалізації, існування диспозиції навіть за відсутності фактичної поведінки та імплікатурне припущення, що за відповідних умов ці прояви виявилися б [14, 1–12]. Саме як схильність до певних дій за певних умов диспозиції фіксують зв'язок між статтю, поведінковими моделями та соціальними уявленнями про гендер.

Отже, огляд сучасних досліджень демонструє, що гендерні диспозиції маскулінності формуються на перетині індивідуальних психосоціальних схильностей, культурно закріплених норм та медійно відтворюваних моделей поведінки, які набувають особливої сили у воєнний час.

Виклад основного матеріалу. Воєнний контекст сучасної України формує специфічне культурно-комунікативне середовище, у якому гендерні диспозиції маскулінності набувають особливої інтенсивності й нормативної сили. Ці диспозиції ґрунтуються на глибинних культурних уявленнях про чоловічу роль, але водночас активно конструюються та посилюються медійними наративами, що визначають бажані форми поведінки в умовах війни. Маскулінність постає не як багатоваріантна ідентичність, а як стандартизований образ «захисника», який покликаний уособлювати мужність, витривалість, готовність до ризику та самопожертви. У публічному просторі домінує героїзований образ чоловіка-військового, що виконує функцію морального і символічного еталону. Саме ця фігура стає центральним маркером соціальної легітимності чоловіка в умовах війни, тоді як інші ролі – професійні, сімейні чи соціальні відходять на другий план. Така символічна редукція підсилює гегемонний тип маскулінності, у межах якого військова участь або готовність до неї сприймається як ключова ознака «справжньої» чоловічості.

У межах інформаційного простору формується різке протиставлення між героїчним образом чоловіка-воїна та негативно маркованою

фігурою «ухилянта». Перша постає як моральний імператив, друга – як символ суспільного осуду, сорому або моральної недостатності. Це бінарне протиставлення не лише задає межі нормованої маскулінності, а й створює механізми соціального контролю над поведінкою чоловіків. Унаслідок цього публічні очікування набувають характеру морального тиску, який інтеріоризується на рівні особистих рішень і самооцінки. Одним із провідних інструментів формування таких диспозицій є медійні практики впливу. Інформаційний дискурс активно використовує раціональні апеляції до конституційного обов'язку, ідеї захисту Батьківщини, відповідальності за майбутні покоління. Ці аргументи конструюють образ мобілізації як логічно вмотивованого, морально необхідного та соціально схвалюваного вибору. Такий раціональний рівень впливу працює як один із каналів нормалізації мілітарної моделі маскулінності. Водночас значно потужнішим є емоційний компонент інформаційного тиску. Сюжети, побудовані на страху, провинності чи драматизації потенційних загроз, створюють атмосферу моральної невідворотності та переконують чоловіків у необхідності відповідати очікуваним моделям поведінки. У цих повідомленнях часто з'являються сцени майбутніх катастроф, окупацій, розстрілів, загроз дітям і родинам, які подаються як наслідок «недостатньо мужньої» поведінки. Емоційний вплив у таких випадках стає формою внутрішнього примусу, що трансформує соціальні очікування на особистий моральний обов'язок.

У цьому контексті важливою є класифікація інформаційно-психологічних впливів, запропонована Г. Почепцовим [15, с. 83–85], яка демонструє широку систему маніпулятивних технологій, що використовуються у політичній та медійній комунікації. На відміну від спрощених моделей, які поділяють впливи лише на переконання, навіювання та примус, Почепцов пропонує розгалужений перелік прийомів, що функціонують у парах контрастів: натуралізм / сухість, індивідуалізація / деперсоналізація, героїзація / мизерізація, інфантилізація / матуризація, символізація / профанація, психологізація / раціоналізація, глобалізація / локалізація, інферналізація / сакралізація, екстраполяція / звуження, солідаризація / відсторонення, недофакт / надфакт. Кожна пара функціонує як інструмент зміщення акцентів, конструювання емоційного тла, формування упереджених суджень та зміни сприйняття адресатом подій і дійових осіб.

Застосування цих прийомів у воєнному медійному дискурсі дозволяє побачити, як гендерні диспозиції маскулінності інтегруються у технології соціального впливу. Натуралізм у зображенні загиблих або поранених військових викликає різко негативні емоції щодо ворога й одночасно підсилює героїзацію українських рятувальників та військовослужбовців. Індивідуалізація українських воїнів через озвучення їхніх імен, професій і сімейних історій створює ефект емоційної близькості, тоді як деперсоналізація російських військових формує образ безликої, позбавленої індивідуальності «маси».

Психологізація українських бійців через акцент на їхніх емоціях і мотивах («захищаю родину», «борюся за свободу») підсилює їхню моральну легітимність, тоді як раціоналізація дій російської армії («виконання наказів», «матеріальні стимули») знижує їхній моральний статус. Глобалізація конфлікту («ми захищаємо Європу») лишає українську сторону в ролі цивілізаційного щита [16], у той час як локалізація дій росіян зводить їхній внесок до локальних злочинів і актів агресії.

Інферналізація противника через демонізацію його дій та сакралізація українського спротиву створюють сильні емоційні рамки, які впливають на моральні оцінки глядачів. Екстраполяція поширює позитивний образ українського війська на міжнародну аудиторію, тоді як звуження образу російських військових до ролі терористів робить їхню позицію цілком негативною. Солідаризація з українськими героями формується через наративи близькості («наші», «свої»), а відсторонення щодо російських військових – через маркування їх як злочинців або нелюдів. Прийоми недофакту та надфакту додатково керують увагою аудиторії, зменшуючи значущість небажаних деталей і роздубаючи вигідні медійні меседжі.

Особливо значущими є практики глорифікації, які створюють у суспільстві культ героїчного чоловіка та задають високу планку очікуваної поведінки. Героїчні образи часто подаються у гіперболізованому вигляді, без урахування індивідуальних обставин, психологічних станів або моральних дилем. Позитивні приклади військової мужності створюють символічний стандарт, до якого чоловікам пропонується прагнути незалежно від життєвої ситуації. У цьому аспекті глорифікація і стигматизація функціонують як дві взаємодоповнювальні стратегії: одна підсилює позитивний взірць, друга – карає відхилення від нього.

У результаті складається цілісна система гендерних диспозицій, у межах якої маскуліність постає як культурний обов'язок, що підтримується і відтворюється через медійні механізми соціального тиску. Ця система включає раціональні, емоційні та нормативні інструменти впливу, що працюють одночасно й взаємно підсилюють один одного. Вона визначає, які моделі поведінки вважаються прийнятними, яким надається символічна цінність і які підлягають осуду. Застосування цієї розширеної класифікації Г. Почепцова дозволяє побачити, що соціальний тиск на чоловіків у воєнний час формується через складну систему інформаційно-психологічних прийомів. Гендерні диспозиції маскулінності тут не лише відтворюються, а й використовуються як основа для медійних практик, що нормують поведінку, визначають моделі «герой/не-герой» і закріплюють мілітаризоване розуміння чоловічої ролі.

У якості продовження маніпулятивних технологій, окреслених Г. Почепцовим, виокремлюються інструменти прямого соціального тиску на чоловіків. Першим із них є шеймінг «ухилиянтів», що

реалізується через медійну драматизацію, персоніфікацію та моральну дискредитацію. Ці практики спираються на поєднання емоційного навіювання, використання фактоїдів та апеляцій до колективної відповідальності («якщо не я, то хто»). Поширеним прийомом є також створення видимості експертного консенсусу, коли до шеймінгу залучаються фрагментарні висловлювання військовослужбовців, публічних осіб або «військових експертів». Окремим елементом цієї технології є маніпулятивне використання інформації про участь жінок у ЗСУ як аргументу для дискредитації чоловіків, які не виявляють мобілізаційної готовності [16].

Другим інструментом є застосування репресивних практик «бусифікації», адміністративного або кримінального тиску. У медійному дискурсі ці дії інтерпретуються або як необхідний механізм забезпечення армії людським ресурсом, або навпаки, як порушення конституційних прав. Така двоїстість посилює ефект поляризації, що є характерним для маніпулятивних технологій, описаних Г. Почепцовим, зокрема стратегій інферналізації та надфакту.

Водночас спостерігається формування складної системи чоловічих ескапістських стратегій, які інтерпретуються як реакції на інформаційно-психологічний тиск. До механізмів внутрішнього ескапізму належать: тінізація способу життя, уникання публічних просторів, відмова від офіційного працевлаштування, фізичне уникання взаємодії з представниками ТЦК, а також корупційні практики підробки документів. Механізми зовнішнього ескапізму проявляються у легальному виїзді через систему «Шлях», спробах обійти бюрократичні бар'єри або нелегальному перетині кордону, після якого чоловіки нерідко формують протестні наративи у соціальних мережах.

Сукупність цих процесів свідчить про те, що війна не лише змінює соціальні ролі та очікування, а й загострює конфлікти між вимогами публічної маскулінності та особистими стратегіями виживання й самозбереження.

Висновки і пропозиції. Проведене дослідження дає змогу узагальнити, що у воєнний час гендерні диспозиції маскулінності набувають особливої нормативної сили та перетворюються на один із ключових механізмів соціальної регуляції поведінки чоловіків. У медійному й політичному дискурсі формується стандартизований образ чоловіка-захисника, який уособлює силу, витривалість, жертвовність і готовність до виконання військового обов'язку. Цей образ функціонує як моральний еталон і водночас як критерій соціальної легітимності, що визначає «правильні» та «неправильні» моделі чоловічої поведінки.

Гендерні та статево-рольові стереотипи стають підґрунтям для конструювання стійкого зв'язку між чоловічістю та мілітарністю. Саме на цій основі вибудовуються медійні механізми соціального тиску, які включають як раціональні апеляції до обов'язку та відповідальності,

так і потужні емоційні стратегії впливу – страх, сором, драматизацію можливих наслідків ухилення від служби. Застосування різних типів інформаційно-психологічних впливів призводить до формування бінарної опозиції «герой – ухилиянт», що поглиблює моральну поляризацію та посилює стигматизацію чоловіків, які не відповідають домінантній моделі маскулінності.

Медійні практики героїзації відтворюють ідеалізований, часто гіперболізований образ воїна як універсального чоловічого взірця, тоді як практики шеймінгу й репресивні адміністративні механізми створюють атмосферу публічного контролю та психологічного примусу. Сукупність цих впливів формує культурно комунікативне тло, у межах якого мілітаризована маскулінність стає не лише бажаною, а й символічно обов'язковою. Водночас дослідження показало, що підсилений соціальний тиск породжує широкий спектр адаптивних та оборонних стратегій серед чоловіків. Ескапістські практики – від уникання публічного простору до нелегального перетину кордону постають як реакція на конфлікт між індивідуальними життєвими потребами й очікуваннями публічної маскулінності. Саме ця напруга демонструє складність і суперечливість взаємодії між соціальними нормами та індивідуальними стратегіями виживання.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що війна істотно трансформує структуру гендерних ролей і підсилює регулятивний потенціал маскулінних диспозицій, водночас загострюючи конфлікти між вимогами колективної ідентичності та особистими виборами чоловіків. Аналіз виявлених механізмів свідчить про необхідність подальшого критичного вивчення того, як медіа формують нормативність маскулінності та яким чином ці процеси впливають на психологічний стан, соціальну поведінку й громадянську суб'єктність чоловіків у воєнний час.

Список використаної літератури

1. Ryle, G. *The Concept of Mind*. Chicago: University of Chicago Press, 2002. P. 116–153.
2. Allport, G. W. *Personality: A Psychological Interpretation*. New York: Holt, 1937. P. 588.
3. Hearn, J., Connell, R. W. (eds.). *Handbook of Studies on Men and Masculinities*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2005. P. 71–89.
4. Goldstein, J. S. *War and Gender: How Gender Shapes the War System and Vice Versa*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. P. 523.
5. Enloe, C. What if patriarchy is “the Big Picture”? // In: Mazurana, D., Raven-Roberts, A., Parpart, J. (eds.). *Gender, Conflict and Peacekeeping*. 2005. P. 280–293.
6. Moser, C. O. N., Clark, F. C. (eds.). *Victims, Perpetrators or Actors? Gender, Armed Conflict and Political Violence*. London; New York: Zed Books, 2001. P. 243.
7. Higate, P. *Peacekeepers, Masculinities and Sexual Exploitation* // *Men and Masculinities*. 2007. Vol. 10 (1). P. 99–119.

8. Schwartz, S.-H. Basic Human Values: Their Content and Structure Across Countries // In: Tamayo, A., Porto, J. B. (eds.). Valores e comportamento nas organizações. Petrópolis: Vozes, 2005. P. 21–55.

9. Schwartz, S.-H. A Theory of Cultural Value Orientations: Explication and Applications // Comparative Sociology. 2006. Vol. 5. P. 137–182.

10. Schwartz, S.-H., Bilsky, W. Toward a Universal Psychological Structure of Human Values // Journal of Personality and Social Psychology. 1987. Vol. 53. P. 550–562.

11. Butler, J. Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. New York: Routledge, 2006. P. 272.

12. McKittrick, J. Dispositional Pluralism // Debating Dispositions: Issues in Metaphysics, Epistemology and Philosophy of Mind. Berlin; New York: De Gruyter, 2009. P. 186–203.

13. McKittrick, J. A Dispositional Account of Gender // Philosophical Studies. 2015. Vol. 172. P. 2575–2589.

14. Fumiaki, T., Barton, A., Fabry, P., Ethier, J.-F. Representing Gender in Ontologies: A Dispositional Perspective // 12th International Conference on Biomedical Ontologies (ICBO 2021), Bozen-Bolzano, Italy, 2021. P. 1-12.

15. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації : [навч. посіб.]. – Київ : Укр. асоц. паблік рілейшенз, 1996, 175 с.

16. Ткаченко, Д. Хто і чому пішов у СЗЧ і за яких умов повернеться. Результати опитування. TEXTY.ORG.UA. 2025, 16 січня <https://texty.org.ua/articles/114257/hto-i-chomu-pishov-u-szch-i-za-yakyh-umov-povernetsya-textyorgua-provely-doslidzhennya/>

Stadnik O. F., Vanyushyna O. F. Gender dispositions of masculinity and media mechanisms of social pressure on men during wartime

The article examines how the full-scale war in Ukraine transforms perceptions of masculinity and shapes specific social expectations regarding men in contemporary Ukrainian society. The wartime context reinforces traditional models of manhood, in which the figure of the defender becomes a dominant cultural archetype actively supported by media and public discourse. As a result, gender dispositions emerge that prescribe normative scenarios of male behavior and serve as a foundation for social pressure. Particular attention is given to the duality of societal expectations: in the public sphere, the man appears as a hero and a symbol of national strength, while in the private sphere women often seek to protect their partners from mobilization. This tension between public heroization and private care creates a situation of social and moral dissonance that affects the perception of men's roles during wartime. Methodologically, the study is based on qualitative discourse analysis and media analysis, which made it possible to interpret recurring narratives, rhetorical strategies, and symbolic codes in materials from Ukrainian online media, television news, and social networks. The application of H. Pocheptsov's framework of information and psychological influences allowed us to identify the mechanisms of heroization, stigmatization, and emotional pressure that construct normative models of masculinity.

The article also analyses media representations that construct militariness as an essential attribute of male identity. It is shown that such dispositions remain remarkably stable, as they rely on persistent gender stereotypes that media not only reproduce but actively reinforce. Based on Pocheptsov's classification of

information-psychological influences, the study demonstrates how techniques such as naturalization, individualization, heroization, infantilization, symbolization, infernalization, solidarization, and overfact contribute to constructing the binary opposition “hero – one who neglects his duty” and shape perceptions of men's behavior. Two key groups of mechanisms of social pressure are identified: rational arguments appealing to the duty of defending the state, and emotional tools of suggestion that exploit fear, shame, and imaginings of catastrophic outcomes in case of refusal to serve. It is shown that these mechanisms construct a rigid moral framework of public masculinity, within which the militarized male image becomes a criterion of social legitimacy. The study demonstrates that wartime gender dispositions influence men's behavior, moral decision-making, and self-evaluation, shaping new sociocultural understandings of masculinity, responsibility, and civic duty.

Key words: *masculinity, gender dispositions, gender expectations, militarization, heroization, social pressure, media mechanisms of social pressure.*

Дата першого надходження рукопису до видання: 22.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 18.12.2025

Дата публікації: 31.12.2025